




3 1761 11891018 1



Digitized by the Internet Archive
in 2024 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761118910181>

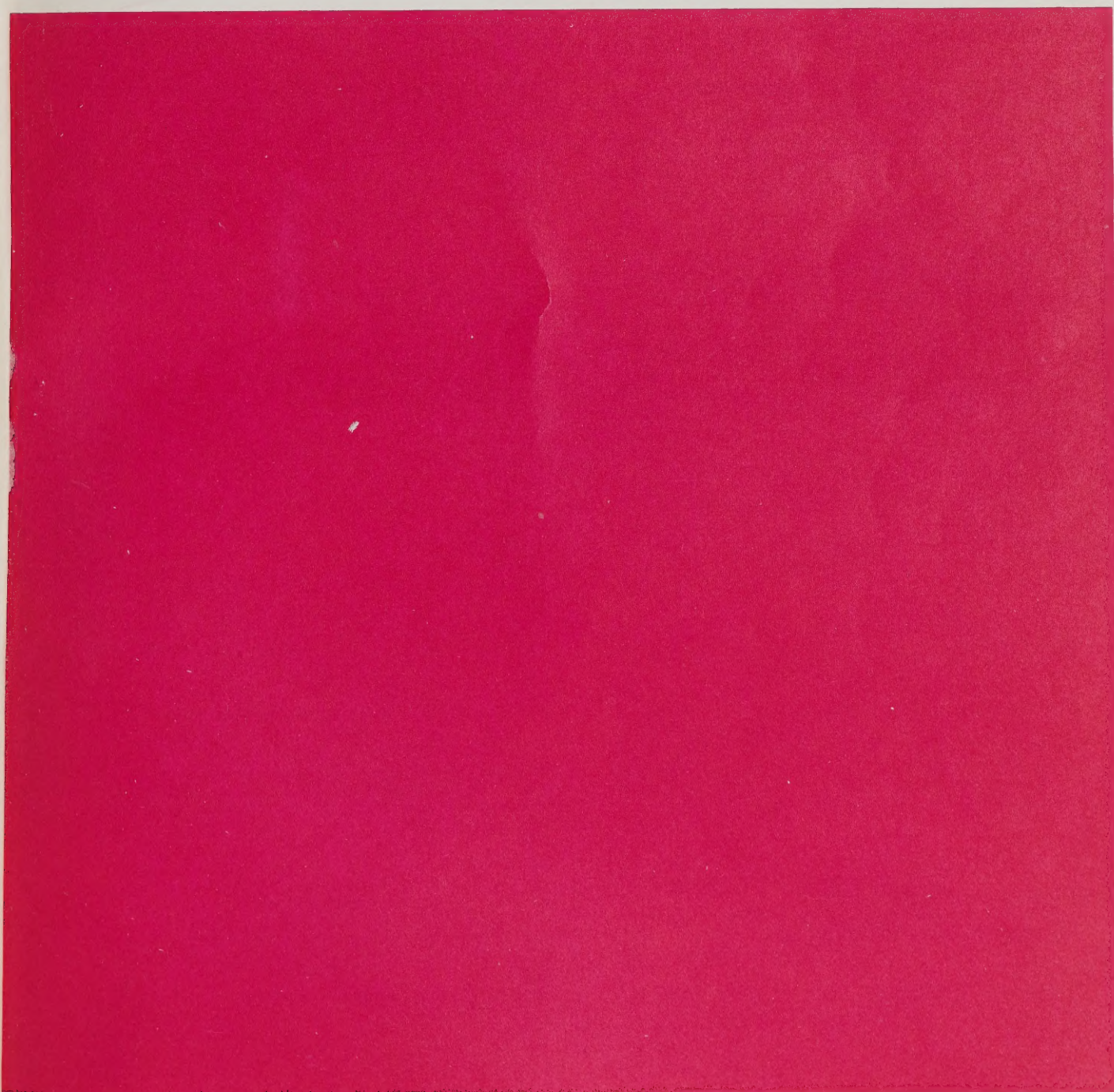


Retail trade

July 1989

Commerce de détail

Juillet 1989



Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-3552) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montreal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwTel Inc.)	Call collect 403-495-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile Number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-3552) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Appelez à frais virés au 403-495-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du bélinographe 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Retail trade

July 1989

Published under the authority of the Minister
of Regional Industrial Expansion

© Minister of Supply
and Services Canada 1989

Extracts from this publication may be reproduced
for individual use without permission provided the
source is fully acknowledged. However, reproduction
of this publication in whole or in part for purposes
of resale or redistribution requires written permission
from the Programs and Publishing Products Group,
Acting Permissions Officer, Crown Copyright
Administration, Canadian Government Publishing
Centre, Ottawa, Canada K1A 0S9.

November 1989

Price: Canada, \$16.80, \$168.00 a year
Other Countries, \$20.20, \$202.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-005, Vol. 61, No. 7

ISSN 0380-6146

Ottawa

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Juillet 1989

Publication autorisée par le ministre de
l'Expansion industrielle régionale

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1989

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des
extraits de cette publication à des fins d'utilisation
personnelle à condition d'indiquer la source en
entier. Toutefois, la reproduction de cette publication
en tout ou en partie à des fins commerciales ou de
redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une
autorisation écrite du Groupe des programmes et produits
d'édition, agent intérimaire aux permissions, administration
des droits d'auteur de la Couronne, Centre d'édition
du gouvernement du Canada, Ottawa, Canada K1A 0S9.

Novembre 1989

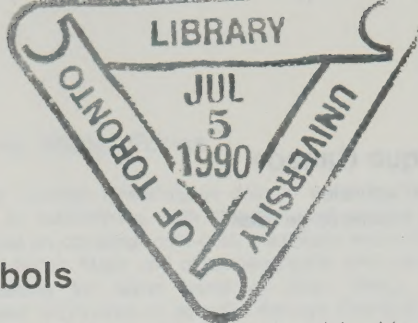
Price: Canada, \$16.80, \$168.00 par année
Autres pays, \$20.20, \$202.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-005, vol. 61, n° 7

ISSN 0380-6146

Ottawa



Symbols

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- p preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- * The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2300/17, 2320, 2321), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **P.N. Triandafillou**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Distributive Trades Sub-division, Retail Trade Section, Industry Division

Signes conventionnels

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.
- * Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dus aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement; elles doivent par conséquent être utilisées avec circonspection.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2300/17, 2320, 2321), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingues. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **P.N. Triandafillou**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Table of Contents

	Page
Highlights	v
Chart	
Monthly Retail Trade Unadjusted and Seasonally Adjusted Canada, 1987-1989	vi
Monthly Retail Trade Seasonally Adjusted, in Current and Constant (1981) Dollars, Canada, 1987-1989	vi
Retail Trade, Cumulative Total by Kind of Organization, Canada, 1987-1989	vii
Distribution of Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Region and Selected Metropolitan Areas	viii

Preliminary Estimates - Current Month

Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Table

1. Newfoundland	2
2. Prince Edward Island	4
3. Nova Scotia	6
4. New Brunswick	8
5. Québec	10
6. Metropolitan Montréal	12
7. Ontario	14
8. Metropolitan Toronto	16
9. Manitoba	18
10. Metropolitan Winnipeg	20
11. Saskatchewan	22
12. Alberta	24
13. British Columbia	26
14. Metropolitan Vancouver	28
15. Yukon and Northwest Territories	30
16. Canada	32

Revised Estimates - Previous Month

Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

17. Newfoundland	34
17. Prince Edward Island	35
18. Nova Scotia	36
18. New Brunswick	37
19. Québec	38
19. Metropolitan Montréal	39
20. Ontario	40
20. Metropolitan Toronto	41

Table des matières

	Page
Points saillants	v
Graphique	
Commerce de détail mensuel, non-désaisonnalisé et désaisonnalisé, Canada, 1987-1989	vi
Commerce de détail mensuel, désaisonnalisé, estimé en dollars courants et constants (1981), Canada, 1987-1989	vi
Commerce de détail, total cumulatif par type d'entreprise, Canada, 1987-1989	vii
Répartition du commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, par région et certaines zones métropolitaines	viii

Estimations préliminaires - Le mois en cours

Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Tableau

1. Terre-Neuve	3
2. Île-du-Prince-Édouard	5
3. Nouvelle-Écosse	7
4. Nouveau-Brunswick	9
5. Québec	11
6. Zone métropolitaine de Montréal	13
7. Ontario	15
8. Zone métropolitaine de Toronto	17
9. Manitoba	19
10. Zone métropolitaine de Winnipeg	21
11. Saskatchewan	23
12. Alberta	25
13. Colombie-Britannique	27
14. Zone métropolitaine de Vancouver	29
15. Yukon et Territoires du Nord-Ouest	31
16. Canada	33

Estimations révisées - Le mois précédent

Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants suivant le genre de commerce

17. Terre-Neuve	34
17. Île-du-Prince-Édouard	35
18. Nouvelle-Écosse	36
18. Nouveau-Brunswick	37
19. Québec	38
19. Zone métropolitaine de Montréal	39
20. Ontario	40
20. Zone métropolitaine de Toronto	41

Table of Contents – Concluded

Table – Continued

Page

Revised Estimates – previous Month

Retail Trade, Chain and Independent Stores,
by Kind of Business – Continued

21.	Manitoba	42
21.	Metropolitan Winnipeg	43
22.	Saskatchewan	44
22.	Alberta	45
23.	British Columbia	46
23.	Metropolitan Vancouver	47
24.	Yukon and Northwest Territories	48
24.	Canada	49

Supplementary data, retail trade

25.	Retail Trade, Seasonally Adjusted, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area	52
26.	Retail Trade, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area	54
27.	Retail Trade, MCD and Combined, Seasonal and Trading Day Factors	56
28.	Retail Trade, Canada, Current and Constant Dollar Estimates, 1987-1989	57
29.	Retail Trade, by Kind of Business Group, Canada	58
30.	Yukon	60
31.	Northwest Territories	61

Appendix

I.	Scope of the Survey	65
II.	Definitions	67
	Classification	67
III.	Methodology	69
	Sample	70
IV.	Components of the Survey Universe	71
	The Survey Master File	71
	Chain and Department Store	
	Component	71
	Area File Component	72
V.	Data Reliability	73
	Sampling and Non-sampling Errors	73
	Measures of Sampling and Non- Sampling Errors	74
	Measures of Reliability, by Kind of Business and by Region	76
VI.	Seasonal Adjustment	79
	Revision Procedures	81
	Number of Shopping Days	81
VII.	Constant Dollar Estimates	83
	Data Confidentiality	83
VIII.	Kind of Business Composition used in Tables 1 to 27	85
IX.	Grouping of Kinds of Business used in Tables 30 and 31	89

Selected Publications

Table des matières – fin

Tableau – suite

Page

Estimations révisées – Le mois précédent

Commerce de détail, magasins à succursales et
magasins indépendants suivant le genre de
commerce – suite

21.	Manitoba	42
21.	Zone métropolitaine de Winnipeg	43
22.	Saskatchewan	44
22.	Alberta	45
23.	Colombie-Britannique	46
23.	Zone métropolitaine de Vancouver	47
24.	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	48
24.	Canada	49

Données supplémentaires sur le commerce de détail

25.	Commerce de détail, désaisonnalisé, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine	52
26.	Commerce de détail par genre de commerce et par région et zone métropolitaine	54
27.	Commerce de détail, MDC et coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux	56
28.	Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants, 1987-1989	57
29.	Commerce de détail, par groupes de genres de commerce, Canada	59
30.	Yukon	60
31.	Territoires du Nord-Ouest	61

Appendice

I.	Champ de l'enquête	65
II.	Définitions	67
	Classification	67
III.	Méthodologie	69
	Échantillon	70
IV.	Éléments de l'univers de l'enquête	71
	Fichier principal de l'enquête	71
	Élément magasins à succursales et grands magasins	71
	Élément fichier géographique (aréolaire)	72
V.	Fiabilité des données	73
	Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs	73
	Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage	74
	Mesure de la fiabilité, selon le genre de commerce et la région	76
VI.	Désaisonnalisation	79
	Procédures de révision	81
	Nombre de jours commerciaux	81
VII.	Estimations en dollars constants	83
	Confidentialité des données	83
VIII.	Composition par genre de commerce utilisé dans les tableaux 1 à 27	85
IX.	Groupes de genres de commerce utilisés dans les tableaux 30 et 31	89

Choix de publications

Highlights

Seasonally Adjusted Sales

- Preliminary estimates indicate that retail sales decreased 0.3% in July 1989 to \$14.4 billion. Excluding new and used motor vehicle dealers, retail trade rose 0.2% in July 1989 following a gain of 0.6% in June.
- The overall 0.3% decrease in July followed a modest increase of 0.2% in June and a gain of 0.7% in May. In April, retail trade rose a strong 1.9%.
- The overall decline in July was primarily attributable, in order of dollar impact, to decreases reported by motor vehicle dealers (-1.7%), furniture, T.V., radio and appliance stores (-7.9%) and department stores (-1.1%). Partly offsetting these decreases were gains by general merchandise stores (+6.2%) and combination stores (+0.5%).

Unadjusted Sales

- Retail trade totalled \$14.3 billion in July 1989, an increase of 2.6% over the same month last year. Cumulative retail sales for the first seven months of 1989 amounted to \$96.4 billion, up 5.2% over the corresponding period in 1988.
- Year-over-year comparisons indicate a rise of 1.8% for all foods stores and a decrease of 3.0% for new and used motor vehicle dealers – the two largest groups within retail trade. Department stores sales increased by 3.2% on a year-over-year basis, while service stations rose by 5.2%.
- All provinces and territories reported higher sales compared to the corresponding month in 1988, with the exception of Quebec where sales decreased by 0.4%. Increases ranged from 9.0% in British Columbia to 1.2% in the Yukon and Northwest Territories.

Constant Dollars Estimates

- Deflated with an implicit price index of 141.2, retail sales for July 1989, not seasonally adjusted, decreased by 2.6% from the same month a year ago and totalled \$10.1 billion in constant (1981) dollars. The seasonally adjusted value, deflated with an index of 140.8, decreased 0.8% in July 1989 over the revised adjusted sales for June, to reach \$10.3 billion in constant (1981) dollars.

Points saillants

Ventes désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires de juillet 1989, les ventes au détail ont enregistré une baisse de 0.3% pour totaliser \$14.4 milliards. En excluant les concessionnaires d'automobiles neuves et usagées, le commerce de détail s'est accru de 0.2% en juillet 1989, suite à une hausse de 1.9% en juin.
- La diminution globale de 0.3% en juillet fait suite à une hausse modeste de 0.2% en juin et à un gain de 0.7% en mai. En avril, le commerce de détail avait enregistré une forte hausse de 1.9%.
- Par ordre d'importance en dollars, la diminution globale en juillet est d'abord attribuable à la baisse signalée par les concessionnaires d'automobiles (-1.7%), les magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires (-7.9%) et les grands-magasins (-1.1%). Ces diminutions ont été partiellement contrebalancées par les hausses rapportées par les magasins de marchandises diverses (+6.2%) et les épiceries-boucheries (+0.5%).

Ventes non désaisonnalisées

- Le commerce de détail s'est chiffré à \$14.3 milliards en juillet 1989, soit une hausse de 2.6% par rapport au même mois l'an dernier. Sur une base cumulative, les ventes se chiffrent à \$96.4 milliards, en hausse de 5.2% par rapport aux sept premiers mois de l'année dernière.
- Les ventes des magasins d'alimentation ont connu une hausse de 1.8% et celles des concessionnaires d'automobiles une diminution de 3.0% selon les comparaisons d'une année à l'autre des deux plus importants groupes du commerce de détail. Les ventes des grands magasins ont enregistré une hausse de 3.2%, sur la base d'une année à l'autre, alors que les ventes des stations-service ont augmenté de 5.2%.
- Les ventes ont progressé dans toutes les provinces et tous les territoires, comparativement au même mois l'an dernier, à l'exception du Québec où les ventes ont diminuées de 0.4%. Les gains s'échelonnent de 9.0% en Colombie-Britannique à 1.2% au Yukon et dans les Territoires du Nord-Ouest.

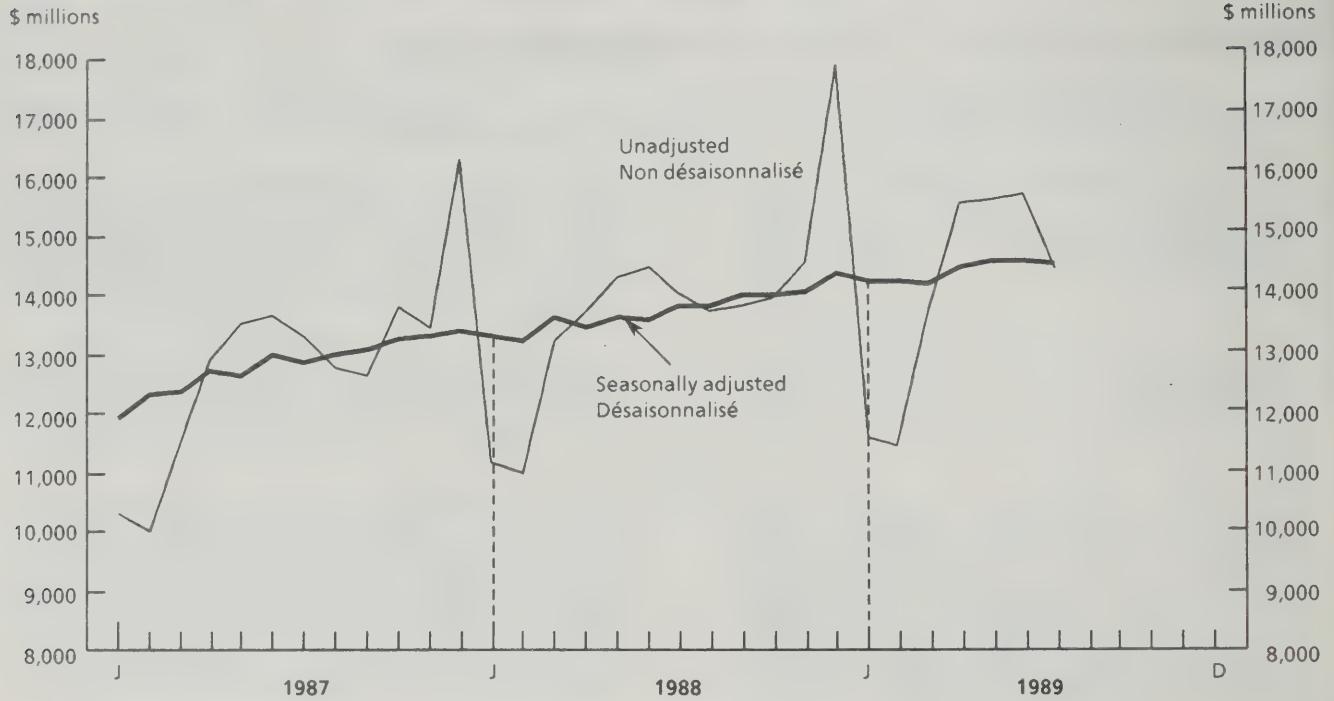
Estimations en dollars constants

- Dégonflées à l'aide d'un indice implicite de 141.2 les ventes au détail non désaisonnalisées pour le mois de juillet 1989 ont diminués de 2.6% par rapport au mois correspondant de l'an passé et ont totalisé \$10.1 milliards en dollars constants (1981). La valeur désaisonnalisée des ventes, dégonflée à l'aide d'un indice de 140.8, a enregistré une baisse de 0.8% par rapport aux ventes désaisonnalisées révisées de juin 1989 et s'est chiffrée à \$10.3 milliards en dollars constants de 1981.

Chart - 1

Monthly Retail Trade, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1987-1989

Commerce de détail mensuel, non désaisonné et désaisonné, Canada, 1987-1989



Graphique - 2

Chart - 2

Monthly Retail Trade, Seasonally Adjusted, in Current and Constant (1981) Dollars, Canada, 1987-1989

Commerce de détail mensuel, désaisonné, estimé en dollars courants et constants (1981), Canada, 1987-1989

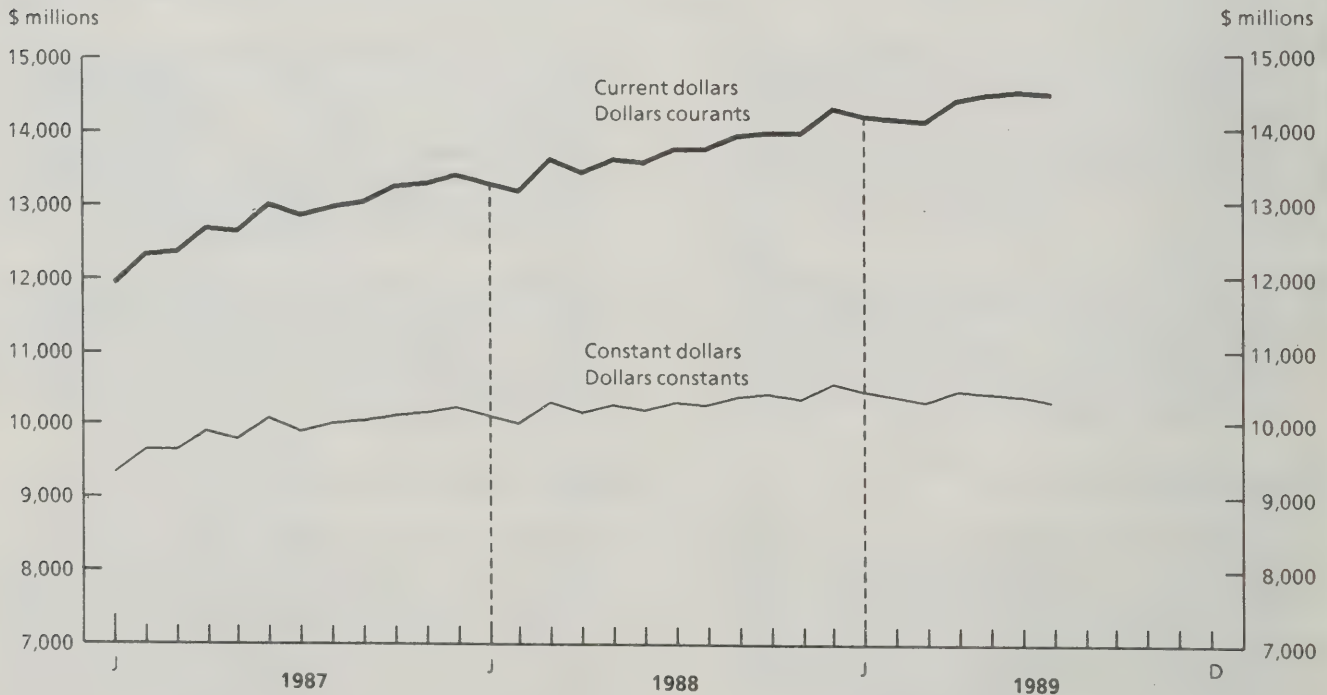
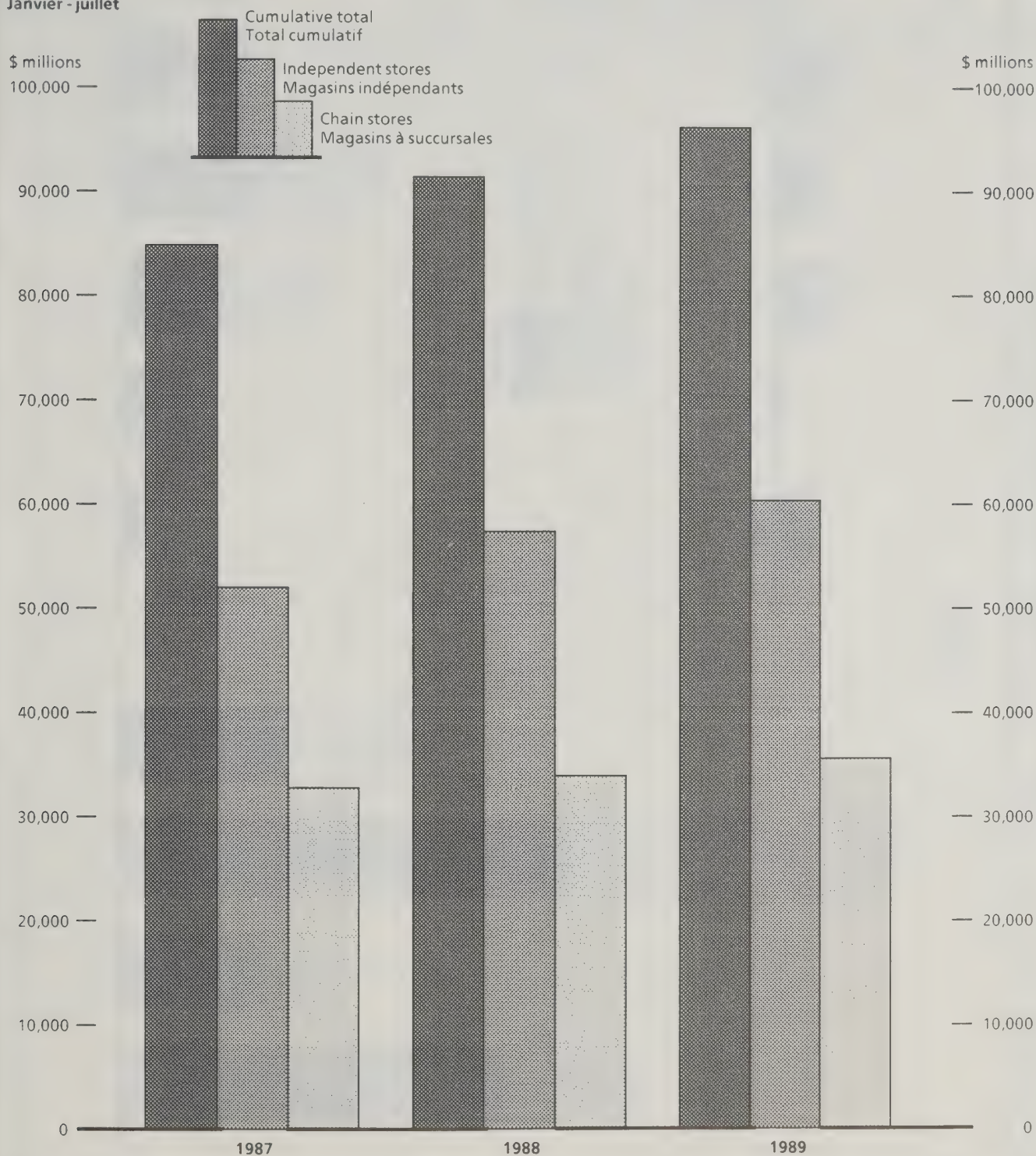


Chart - 3

Retail Trade, Cumulative Total by Kind of Organisation, Canada, 1987-1989 ¹
 Commerce de détail, total cumulatif par type d'entreprise, Canada, 1987-1989 ¹

Graphique - 3

January - July
 Janvier - juillet



¹ Based on preliminary estimates.

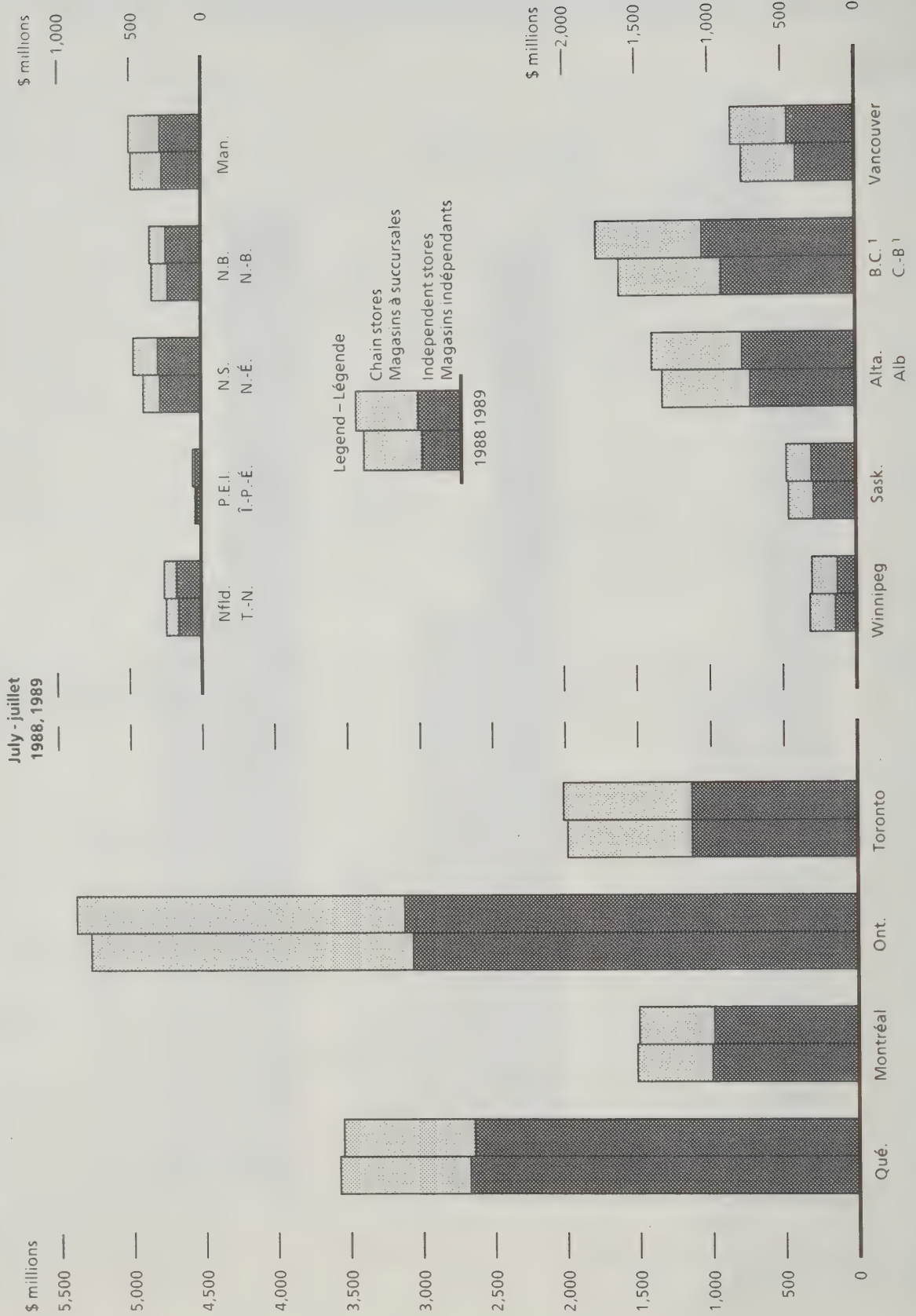
¹ D'après des estimations préliminaires.

Chart - 4

Graphique - 4

Distribution of Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Region and Selected Metropolitan Areas

Répartition du commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, par région et certaines zones métropolitaines



1 B.C. includes sales from Yukon and Northwest Territories.
1 C.-B. inclut les ventes du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest.

Statistical Tables

Retail Trade, Unadjusted, by Region and Kind of Business

Tableaux statistiques

Commerce de détail, données brutes, par région et genre de commerce

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 1. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Newfoundland

July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business - Genre de commerce	Chain stores - Magasins à succursales		Independent - Magasins indépendants		All stores - Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	38,559	+ 0.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	38,990	+ 19.1
3	All other food stores	x	x	x	x	3,890	+ 3.3
4	Department stores	11,337	+ 1.6	-	-	11,337	+ 1.6
5	General merchandise stores	x	x	x	x	12,054	+ 12.6
6	General stores	x	x	x	x	9,852	+ 10.8
7	Variety stores	x	x	x	x	5,570	+ 5.4
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	46,894	- 7.4
9	Used car dealers	-	-	925	- 3.7	925	- 3.7
10	Service stations	x	x	x	x	31,757	+ 0.7
11	Garages	-	-	2,375	+ 10.8	2,375	+ 10.8
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	7,657	+ 9.6	7,657	+ 9.6
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	777	+ 18.6
14	Women's clothing stores	3,270	+ 12.5	319	+ 22.7	3,588	+ 13.3
15	Family clothing stores	4,265	- 5.8	1,700	+ 11.2	5,964	- 1.5
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	3,607*	...	3,607	...
19	Household furniture stores	x	x	x	x	2,070	- 13.8
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	3,943	+ 25.0	244	+ 7.1	4,187	+ 23.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	2,728	+ 23.8	15,510	+ 15.1	18,239	+ 16.3
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	572	+ 17.2
24	Florists	x	x	x	x	x	x
25	Jewellery stores	702	+ 5.6	391*	...	1,093	+ 16.0
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	1,771	+ 4.5
27	Personal accessories stores	770	+ 8.9	797	+ 18.2	1,567	+ 13.4
28	All other stores	10,029	+ 0.3	12,091	+ 17.0	22,120	+ 8.8
29	All stores	99,677	+ 1.2	177,726	+ 7.5	277,403	+ 5.2

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 1. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Terre-Neuve

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	275,433	+ 3.6	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	229,732	+ 17.9	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	19,368	+ 0.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
75,101	+ 5.0	-	-	75,101	+ 5.0	Grands magasins	4
x	x	x	x	75,807	+ 4.7	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	61,596	+ 11.0	Magasins généraux	6
x	x	x	x	33,943	+ 4.6	Bazars	7
x	x	x	x	367,082	+ 4.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	6,425	- 14.3	6,425	- 14.3	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	191,237	+ 3.5	Stations-service	10
-	-	13,765	+ 24.3	13,765	+ 24.3	Garages	11
-	-	47,176	+ 8.5	47,176	+ 8.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	5,443	+ 14.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
20,318	+ 13.3	2,053	+ 12.3	22,372	+ 13.2	Magasins de vêtements pour dames	14
28,686	- 5.5	12,630	+ 13.9	41,316	- 0.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	20,904	...	20,904*	...	Quincailleries	18
x	x	x	x	15,227	+ 6.9	Magasins de meubles	19
-	-	x	x	x	x	Magasins d'appareils ménagers	20
22,739	+ 18.5	1,634	+ 20.1	24,372	+ 18.6	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
18,437	+ 27.8	101,394	+ 11.7	119,831	+ 13.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	3,663	+ 18.1	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	x	x	Fleuristes	24
4,525	+ 19.3	2,424	...	6,949*	+ 26.5	Bijouteries	25
x	x	x	x	11,627	+ 9.6	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
4,701	+ 17.4	4,383	+ 22.2	9,085	+ 19.7	Magasins d'accessoires personnels	27
56,408	+ 5.8	75,444	+ 16.6	131,852	+ 11.7	Tous les autres magasins	28
684,499	+ 4.9	1,137,914	+ 10.3	1,822,413	+ 8.2	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 2. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Prince Edward Island
 July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	9,457	- 1.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	3,884	+ 14.4
3	All other food stores	x	x	x	x	593	+ 9.8
4	Department stores	7,542	+ 0.4	-	-	7,542	+ 0.4
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	-	-	1,892	+ 12.1	1,892	+ 12.1
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	12,964	+ 0.6	12,964	+ 0.6
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	x	x	x	x	4,928	+ 11.6
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	2,195	- 4.8
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	425	- 7.8	564	- 3.0	989	- 5.1
15	Family clothing stores	x	x	x	x	1,087	+ 26.4
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	1,142	+ 25.1	1,142	+ 25.1
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	463	+ 32.3	463	+ 32.3
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	3,824	- 3.7
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	851	+ 35.3
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	1,280	+ 22.4
28	All other stores	x	x	x	x	10,638	+ 8.1
29	All stores	23,603	--	44,899	+ 6.9	68,502	+ 4.4

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 2. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Île-du-Prince-Édouard

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	59,058	+ 2.2	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	19,280	+ 14.9	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	2,616	+ 5.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
43,931	+ 2.8	-	-	43,931	+ 2.8	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	11,030	+ 20.8	11,030	+ 20.8	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	91,198	- 4.8	91,198	- 4.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	28,291	+ 31.4	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	12,886	- 1.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
2,276	- 4.0	3,659	+ 9.6	5,935	+ 3.9	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	4,325	+ 19.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	5,832	+ 20.5	5,832	+ 20.5	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	2,637	+ 25.8	2,637	+ 25.8	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	25,636	+ 12.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
x	x	x	x	3,856	+ 10.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	4,433	+ 5.8	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	50,021	+ 3.8	Tous les autres magasins	28
132,022	+ 3.5	269,439	+ 5.2	401,461	+ 4.6	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 3. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Nova Scotia
 July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	101,136	- 0.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	21,706	+ 21.0
3	All other food stores	x	x	x	x	7,136	+ 33.4
4	Department stores	31,928	+ 1.2	-	-	31,928	+ 1.2
5	General merchandise stores	10,534	+ 4.5	3,308	+ 13.3	13,842	+ 6.5
6	General stores	-	-	6,382	- 8.8	6,382	- 8.8
7	Variety stores	3,508	- 7.8	384	- 7.5	3,892	- 7.7
8	Motor vehicle dealers	-	-	95,090	- 0.6	95,090	- 0.6
9	Used car dealers	-	-	3,780	+ 1.9	3,780	+ 1.9
10	Service stations	x	x	x	x	48,981	+ 4.7
11	Garages	-	-	1,408	- 19.4	1,408	- 19.4
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	11,713	- 1.9
13	Men's clothing stores	1,381	+ 2.6	1,898	+ 23.1	3,279	+ 13.5
14	Women's clothing stores	4,627	+ 7.5	2,650	+ 7.8	7,277	+ 7.6
15	Family clothing stores	2,062	+ 4.4	2,541	- 7.1	4,603	- 2.2
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	609	+ 4.6
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,178	- 2.9
18	Hardware stores	-	-	6,373	+ 31.6	6,373	+ 31.6
19	Household furniture stores	x	x	x	x	2,833	...
20	Household appliance stores	x	x	x	x	752	- 6.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	2,771	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	29,593	+ 11.4
23	Book and stationery stores	1,579	+ 1.5	1,373	- 6.5	2,952	- 2.3
24	Florists	x	x	x	x	1,549	...
25	Jewellery stores	1,977	+ 10.2	364	+ 6.2	2,341	+ 9.6
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,370	+ 5.9
27	Personal accessories stores	1,407	+ 21.3	6,036	+ 11.3	7,444	+ 13.1
28	All other stores	34,055	+ 3.5	32,166	+ 15.8	66,221	+ 9.1
29	All stores	183,645	+ 0.2	307,494	+ 5.6	491,139	+ 3.5

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 3. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Nouvelle-Écosse

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	713,018	+ 8.6	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	117,732	+ 6.7	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	41,055	+ 26.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
213,057	+ 4.1	-	-	213,057	+ 4.1	Grands magasins	4
77,206	+ 0.4	17,001	- 3.2	94,207	- 0.2	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	40,281	- 0.5	40,281	- 0.5	Magasins généraux	6
22,703	- 7.6	2,348	- 9.5	25,051	- 7.8	Bazars	7
-	-	696,713	- 0.6	696,713	- 0.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	24,861	+ 3.9	24,861	+ 3.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	289,191	- 4.3	Stations-service	10
-	-	12,464	- 10.3	12,464	- 10.3	Garages	11
x	x	x	x	72,877	+ 4.0	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
10,820	+ 9.0	12,574	+ 12.2	23,394	+ 10.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
30,637	+ 7.0	18,242	- 2.2	48,879	+ 3.3	Magasins de vêtements pour dames	14
13,376	+ 13.6	17,038	+ 3.4	30,414	+ 7.7	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	4,189	+ 12.2	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	14,372	- 0.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	33,572	+ 19.1	33,572	+ 19.1	Quincailleries	18
x	x	x	x	19,438	- 12.6	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	4,770	- 5.0	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	19,471	- 4.4	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	195,272	+ 12.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
12,154	+ 15.3	9,174	+ 1.7	21,329	+ 9.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	10,815	+ 27.8	Fleuristes	24
11,857	+ 1.9	2,519	+ 9.3	14,376	+ 3.1	Bijouteries	25
x	x	x	x	21,861	+ 29.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
8,041	+ 17.0	32,723	+ 12.6	40,764	+ 13.4	Magasins d'accessoires personnels	27
181,874	+ 9.5	196,612	+ 14.0	378,486	+ 11.8	Tous les autres magasins	28
1,220,177	+ 5.5	2,001,730	+ 4.3	3,221,906	+ 4.8	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 4. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
New Brunswick
 July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	62,477	+ 1.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	18,138	+ 0.3
3	All other food stores	x	x	x	x	5,126	+ 3.8
4	Department stores	21,554	+ 3.3	-	-	21,554	+ 3.3
5	General merchandise stores	6,898	+ 6.7	3,696	+ 5.5	10,594	+ 6.3
6	General stores	-	-	13,389	+ 6.7	13,389	+ 6.7
7	Variety stores	3,494	- 13.2	511	+ 5.1	4,005	- 11.2
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	74,744	+ 11.4
9	Used car dealers	-	-	3,198	+ 3.3	3,198	+ 3.3
10	Service stations	2,393*	...	42,980	+ 4.4	45,374	+ 6.0
11	Garages	-	-	3,308*	...	3,308	...
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	9,543	+ 14.8	9,543	+ 14.8
13	Men's clothing stores	1,098	+ 9.9	1,136	+ 26.5	2,234	+ 17.8
14	Women's clothing stores	3,803	+ 4.1	2,572	+ 2.2	6,375	+ 3.3
15	Family clothing stores	3,243*	...	1,510	- 5.7	4,753	+ 26.7
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	5,239	+ 27.6	5,239	+ 27.6
19	Household furniture stores	x	x	x	x	5,102	...
20	Household appliance stores	x	x	x	x	872	- 5.9
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	1,785	+ 29.5	20,941	+ 14.3	22,726	+ 15.4
23	Book and stationery stores	1,253	- 1.0	589	+ 13.8	1,842	+ 3.2
24	Florists	x	x	x	x	1,108	+ 13.4
25	Jewellery stores	1,333	+ 23.0	685	+ 7.5	2,018	+ 17.3
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	4,230	- 3.5
27	Personal accessories stores	937*	...	1,706	+ 17.2	2,643	+ 27.1
28	All other stores	19,687	- 3.4	20,979	- 4.9	40,666	- 4.2
29	All stores	121,027	+ 2.2	254,143	+ 8.2	375,170	+ 6.2

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 4. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Nouveau-Brunswick

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	425,385	+ 3.1	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	107,914	+ 7.1	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	29,550	- 2.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
142,372	+ 4.5	-	-	142,372	+ 4.5	Grands magasins	4
50,836	+ 3.8	22,348	+ 5.3	73,184	+ 4.2	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	79,459	+ 5.1	79,459	+ 5.1	Magasins généraux	6
22,167	- 15.6	2,928	- 2.6	25,094	- 14.2	Bazars	7
x	x	x	x	501,536	+ 8.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	22,073	+ 8.5	22,073	+ 8.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
15,295	+ 35.7	240,697	- 1.5	255,992	+ 0.1	Stations-service	10
-	-	21,107	...	21,107*	...	Garages	11
-	-	57,602	+ 16.8	57,602	+ 16.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
8,536	+ 11.8	7,401	+ 23.3	15,936	+ 16.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
25,659	+ 3.9	16,064	+ 13.4	41,723	+ 7.3	Magasins de vêtements pour dames	14
21,158	...	8,753	- 5.9	29,911*	+ 27.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	32,564	+ 23.9	32,564	+ 23.9	Quincailleries	18
x	x	x	x	30,439*	...	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	5,830	- 4.2	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
11,914	+ 20.1	144,120	+ 10.2	156,035	+ 10.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
8,913	+ 9.3	3,586	+ 18.6	12,499	+ 11.8	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	10,025	+ 14.0	Fleuristes	24
8,132	+ 12.3	4,945	- 1.1	13,077	+ 6.8	Bijouteries	25
x	x	x	x	28,123	+ 30.0	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
5,827	...	10,044	+ 23.2	15,871*	+ 29.9	Magasins d'accessoires personnels	27
114,529	+ 12.6	125,796	- 6.6	240,325	+ 1.6	Tous les autres magasins	28
810,124	+ 7.0	1,590,316	+ 6.4	2,400,440	+ 6.6	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 5. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Quebec
 July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	553,325	+ 1.8
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	288,365	- 4.3
3	All other food stores	4,564	+ 22.5	107,519	+ 7.2	112,083	+ 7.7
4	Department stores	178,205	- 1.4	-	-	178,205	- 1.4
5	General merchandise stores	x	x	x	x	25,401	+ 7.8
6	General stores	x	x	x	x	40,492	+ 15.6
7	Variety stores	x	x	x	x	23,810	- 8.8
8	Motor vehicle dealers	-	-	732,176	- 7.2	732,176	- 7.2
9	Used car dealers	-	-	31,877	- 11.9	31,877	- 11.9
10	Service stations	71,501	+ 6.7	276,086	+ 0.2	347,587	+ 1.5
11	Garages	-	-	58,925	+ 0.4	58,925	+ 0.4
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	72,960	+ 11.7
13	Men's clothing stores	10,498	- 6.6	16,595	- 0.6	27,092	- 3.0
14	Women's clothing stores	39,724	+ 5.2	31,414	+ 2.7	71,139	+ 4.1
15	Family clothing stores	39,583	+ 10.6	24,856	--	64,439	+ 6.2
16	Specialty shoe stores	5,710	+ 22.6	3,985*	...	9,694	...
17	Family shoe stores	26,941	+ 9.8	7,755	+ 10.0	34,696	+ 9.8
18	Hardware stores	x	x	x	x	68,029	+ 1.5
19	Household furniture stores	14,282	- 2.0	46,587	- 12.6	60,870	- 10.3
20	Household appliance stores	-	-	15,288	+ 2.8	15,288	+ 2.8
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	23,427	+ 8.1	35,047	- 13.9	58,474	- 6.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	33,151	- 2.0	99,370	+ 15.3	132,522	+ 10.4
23	Book and stationery stores	4,837	+ 5.9	15,842	+ 8.7	20,680	+ 8.0
24	Florists	-	-	9,746	+ 10.7	9,746	+ 10.7
25	Jewellery stores	4,715	+ 1.0	8,526	+ 1.2	13,241	+ 1.1
26	Sporting goods and accessories stores	5,190	+ 5.1	77,830	- 2.5	83,020	- 2.0
27	Personal accessories stores	20,222	+ 9.3	31,690	+ 5.1	51,912	+ 6.7
28	All other stores	153,103	+ 1.3	228,237	+ 1.4	381,340	+ 1.4
29	All stores	910,588	+ 1.1	2,656,800	- 0.9	3,567,388	- 0.4

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 5. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Québec

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	3,811,548	+ 1.0	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	1,693,703	- 2.3	Épiceries, confiseries et articles divers	2
36,212	+ 20.0	638,119	+ 2.1	674,331	+ 2.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,282,859	+ 2.3	-	-	1,282,859	+ 2.3	Grands magasins	4
x	x	x	x	182,858	+ 2.1	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	239,265	+ 20.8	Magasins généraux	6
x	x	x	x	155,043	- 14.3	Bazars	7
-	-	5,327,551	- 2.8	5,327,551	- 2.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	241,418	+ 1.8	241,418	+ 1.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
460,632	+ 7.4	1,769,574	+ 4.2	2,230,206	+ 4.8	Stations-service	10
-	-	399,570	- 5.9	399,570	- 5.9	Garages	11
x	x	x	x	468,149	+ 14.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
93,579	+ 2.0	112,093	- 2.0	205,673	- 0.2	Magasins de vêtements pour hommes	13
285,218	+ 5.2	227,105	+ 5.6	512,323	+ 5.3	Magasins de vêtements pour dames	14
279,490	+ 14.1	197,321	+ 21.0	476,810	+ 16.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
38,556	+ 28.6	29,711	...	68,267*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
176,986	+ 0.6	58,685	+ 1.5	235,671	+ 0.8	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	409,999	+ 6.0	Quincailleries	18
78,472	+ 9.1	295,059	- 5.3	373,531	- 2.6	Magasins de meubles	19
-	-	97,061	+ 7.8	97,061	+ 7.8	Magasins d'appareils ménagers	20
121,362	+ 16.3	234,280	- 5.5	355,642	+ 0.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
247,449	+ 1.3	696,599	+ 14.4	944,048	+ 10.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
35,781	+ 7.4	110,237	+ 6.7	146,017	+ 6.9	Librairies et papeteries	23
-	-	88,808	+ 11.2	88,808	+ 11.2	Fleuristes	24
28,555	--	60,432	- 0.8	88,986	- 0.6	Bijouteries	25
37,201	+ 4.8	488,495	+ 7.6	525,696	+ 7.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
116,673	+ 14.1	220,247	- 3.2	336,920	+ 2.1	Magasins d'accessoires personnels	27
899,956	+ 2.3	1,543,104	+ 10.1	2,443,060	+ 7.1	Tous les autres magasins	28
6,184,423	+ 1.7	17,830,592	+ 2.2	24,015,014	+ 2.1	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 6. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Metropolitan Montreal
 July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	238,771	+ 1.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	96,021	- 14.7
3	All other food stores	1,776	- 3.0	51,147	+ 3.6	52,922	+ 3.3
4	Department stores	96,755	- 3.3	-	-	96,755	- 3.3
5	General merchandise stores	x	x	x	x	7,167	+ 22.2
6	General stores	-	-	6,767*	...	6,767	...
7	Variety stores	x	x	x	x	8,177	- 7.9
8	Motor vehicle dealers	-	-	307,939	- 6.7	307,939	- 6.7
9	Used car dealers	-	-	10,218	- 14.3	10,218	- 14.3
10	Service stations	34,871	+ 16.9	79,297	- 8.2	114,168	- 1.7
11	Garages	-	-	12,215	+ 10.1	12,215	+ 10.1
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	25,403	+ 10.1
13	Men's clothing stores	7,682	- 3.7	5,986	- 0.2	13,668	- 2.2
14	Women's clothing stores	22,306	+ 3.2	10,104	- 6.3	32,410	--
15	Family clothing stores	20,625	+ 4.1	6,899	+ 34.4	27,525	+ 10.3
16	Specialty shoe stores	4,227	+ 27.2	2,530*	...	6,757	...
17	Family shoe stores	13,440	- 3.7	3,808	+ 25.0	17,247	+ 1.4
18	Hardware stores	x	x	x	x	33,107	- 3.4
19	Household furniture stores	9,441	- 4.5	20,591	- 12.8	30,032	- 10.4
20	Household appliance stores	-	-	6,085	+ 9.9	6,085	+ 9.9
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	26,540	- 1.4
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	20,255	- 6.9	45,429	+ 20.7	65,684	+ 10.6
23	Book and stationery stores	3,080	+ 14.9	7,910	- 0.5	10,990	+ 3.3
24	Florists	-	-	3,890	+ 19.6	3,890	+ 19.6
25	Jewellery stores	3,260	+ 3.3	3,397	- 4.2	6,657	- 0.6
26	Sporting goods and accessories stores	3,230	+ 2.5	22,012*	...	25,242	...
27	Personal accessories stores	12,773	- 1.3	13,232	+ 9.6	26,005	+ 3.9
28	All other stores	110,934	+ 2.5	96,619	+ 4.6	207,554	+ 3.5
29	All stores	527,038	+ 0.7	988,879	- 2.4	1,515,917	- 1.3

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 6. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Montréal

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,766,063	+ 1.1	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	609,883	- 8.7	Épiceries, confiseries et articles divers	2
15,702	+ 3.8	333,742	+ 0.7	349,444	+ 0.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
712,433	- 0.3	-	-	712,433	- 0.3	Grands magasins	4
x	x	x	x	49,393	+ 14.8	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	41,812	...	41,812*	...	Magasins généraux	6
x	x	x	x	53,110	- 6.1	Bazars	7
-	-	2,302,654	- 4.3	2,302,654	- 4.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	78,745	- 8.6	78,745	- 8.6	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
228,522	+ 19.2	552,462	- 10.5	780,983	- 3.5	Stations-service	10
-	-	92,674	- 18.2	92,674	- 18.2	Garages	11
x	x	x	x	163,026	+ 11.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
65,564	+ 2.2	39,545	- 10.3	105,109	- 2.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
158,230	+ 2.6	93,327	+ 1.2	251,557	+ 2.1	Magasins de vêtements pour dames	14
152,986	+ 10.5	61,312	...	214,298*	+ 19.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
28,224	+ 33.0	19,145	...	47,368*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
94,477	- 4.5	32,308	- 0.4	126,785	- 3.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	199,342	- 1.1	Quincailleries	18
49,066	+ 8.3	133,337	- 2.2	182,403	+ 0.3	Magasins de meubles	19
-	-	40,246	+ 8.5	40,246	+ 8.5	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	135,755	- 1.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
151,008	- 4.3	320,113	+ 8.9	471,121	+ 4.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
23,007	+ 10.1	58,349	+ 9.2	81,356	+ 9.5	Librairies et papeteries	23
-	-	40,072	+ 14.7	40,072	+ 14.7	Fleuristes	24
20,445	- 0.3	26,390	- 7.1	46,835	- 4.3	Bijouteries	25
23,106	+ 10.9	141,417	- 5.4	164,523	- 3.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
75,817	+ 3.8	95,949	+ 2.9	171,766	+ 3.3	Magasins d'accessoires personnels	27
635,603	+ 2.0	636,054	+ 7.9	1,271,657	+ 4.9	Tous les autres magasins	28
3,570,534	+ 1.7	6,979,876	- 0.9	10,550,411	--	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 7. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Ontario
 July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	598,088	- 2.7	307,701	+ 12.2	905,790	+ 1.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	124,128	- 4.0	117,872	+ 3.3	242,000	- 0.5
3	All other food stores	16,271	+ 9.7	78,701	+ 7.7	94,972	+ 8.0
4	Department stores	401,586	+ 5.2	-	-	401,586	+ 5.2
5	General merchandise stores	78,680	+ 5.9	41,404*	...	120,084	+ 16.3
6	General stores	x	x	x	x	22,124	+ 4.1
7	Variety stores	19,634	- 0.9	5,031	+ 16.4	24,665	+ 2.1
8	Motor vehicle dealers	-	-	1,128,914	- 6.2	1,128,914	- 6.2
9	Used car dealers	-	-	35,541	- 1.8	35,541	- 1.8
10	Service stations	162,650	+ 13.4	241,232	- 2.1	403,882	+ 3.6
11	Garages	x	x	x	x	68,449	+ 2.0
12	Automotive parts and accessories stores	3,183	+ 0.8	174,885	+ 15.7	178,068	+ 15.4
13	Men's clothing stores	27,831	+ 4.4	22,037	- 5.2	49,868	--
14	Women's clothing stores	68,830	+ 1.4	28,154	- 1.8	96,984	+ 0.4
15	Family clothing stores	36,782	+ 6.4	12,730	+ 1.1	49,512	+ 5.0
16	Specialty shoe stores	5,699*	...	3,432	+ 11.0	9,131	- 12.3
17	Family shoe stores	27,952	+ 9.1	10,997	+ 6.2	38,948	+ 8.2
18	Hardware stores	x	x	x	x	63,740	+ 19.6
19	Household furniture stores	17,818	- 4.4	52,853	+ 10.4	70,670	+ 6.2
20	Household appliance stores	5,810	+ 11.3	20,915	- 5.3	26,725	- 2.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	46,037	+ 7.6	10,949	- 3.0	56,986	+ 5.4
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	94,987	+ 17.2	162,252	+ 2.3	257,239	+ 7.4
23	Book and stationery stores	16,377	- 5.4	12,681	+ 11.2	29,058	+ 1.1
24	Florists	905	- 11.2	18,065	+ 3.8	18,969	+ 3.0
25	Jewellery stores	17,963	+ 5.4	20,687	+ 6.9	38,650	+ 6.2
26	Sporting goods and accessories stores	22,668	+ 9.9	77,270	+ 15.7	99,938	+ 14.3
27	Personal accessories stores	48,216	+ 12.6	58,368	+ 13.4	106,583	+ 13.0
28	All other stores	426,096	- 2.4	337,126	+ 5.3	763,221	+ 0.8
29	All stores	2,280,046	+ 1.9	3,122,251	+ 1.7	5,402,297	+ 1.8

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 7. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Ontario

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
4,161,043	+ 2.3	2,060,665	+ 15.3	6,221,708	+ 6.3	Épiceries - Boucheries	1
794,244	- 2.1	736,234	+ 3.2	1,530,477	+ 0.3	Épiceries, confiseries et articles divers	2
106,896	+ 11.9	522,773	+ 7.0	629,669	+ 7.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
2,792,252	+ 6.4	-	-	2,792,252	+ 6.4	Grands magasins	4
589,123	+ 3.7	229,802	+ 22.4	818,925	+ 8.3	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	123,122	+ 0.7	Magasins généraux	6
120,939	- 1.5	25,777	+ 1.9	146,715	- 0.9	Bazars	7
-	-	8,985,282	+ 3.5	8,985,282	+ 3.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	261,156	+ 5.7	261,156	+ 5.7	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,070,314	+ 12.2	1,528,181	- 4.8	2,598,495	+ 1.5	Stations-service	10
x	x	x	x	443,394	+ 1.9	Garages	11
23,313	+ 3.8	1,046,190	+ 15.1	1,069,503	+ 14.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
224,671	+ 8.6	153,346	+ 4.5	378,017	+ 6.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
477,203	+ 1.8	188,844	- 4.4	666,047	--	Magasins de vêtements pour dames	14
252,470	+ 6.2	78,441	+ 1.3	330,911	+ 5.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
38,730	- 20.8	21,811	+ 3.3	60,541	- 13.5	Magasins de chaussures spécialisées	16
190,696	+ 12.4	77,857	+ 7.0	268,553	+ 10.8	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	354,028	+ 14.0	Quincailleries	18
117,572	+ 4.9	374,791	+ 15.2	492,363	+ 12.5	Magasins de meubles	19
37,458	+ 17.5	140,503	+ 0.6	177,961	+ 3.7	Magasins d'appareils ménagers	20
257,377	+ 9.5	75,583	+ 6.8	332,960	+ 8.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
673,449	+ 26.7	1,108,231	+ 2.5	1,781,680	+ 10.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
116,994	+ 8.2	91,512	+ 13.8	208,506	+ 10.6	Librairies et papeteries	23
8,647	- 12.0	160,634	+ 11.9	169,281	+ 10.4	Fleuristes	24
113,286	+ 2.4	129,055	+ 9.2	242,341	+ 5.9	Bijouteries	25
139,532	+ 9.1	424,492	+ 2.3	564,024	+ 3.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
278,582	+ 9.8	374,941	+ 12.4	653,523	+ 11.3	Magasins d'accessoires personnels	27
2,513,507	+ 7.0	2,177,963	+ 6.1	4,691,470	+ 6.6	Tous les autres magasins	28
15,172,693	+ 5.8	21,820,210	+ 5.3	36,992,902	+ 5.5	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 8. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Toronto

July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	233,159	- 0.2	73,672	+ 20.4	306,830	+ 4.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	33,659	- 4.2	35,253	- 3.1	68,912	- 3.6
3	All other food stores	6,631	+ 11.6	43,732	+ 0.6	50,362	+ 1.9
4	Department stores	157,400	+ 3.1	-	-	157,400	+ 3.1
5	General merchandise stores	22,454	+ 4.6	7,815	+ 21.7	30,269	+ 8.5
6	General stores	-	-	851	+ 22.2	851	+ 22.2
7	Variety stores	4,003	+ 0.3	308	- 12.4	4,310	- 0.6
8	Motor vehicle dealers	-	-	475,140	- 6.2	475,140	- 6.2
9	Used car dealers	-	-	9,382	- 7.7	9,382	- 7.7
10	Service stations	69,122	+ 16.0	79,178	- 4.6	148,300	+ 4.0
11	Garages	-	-	17,791	- 7.8	17,791	- 7.8
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	50,680	+ 2.2
13	Men's clothing stores	16,119	+ 3.0	8,694	- 8.9	24,812	- 1.5
14	Women's clothing stores	32,638	- 0.7	11,270	- 9.4	43,907	- 3.1
15	Family clothing stores	17,773	+ 7.4	4,877	+ 13.8	22,650	+ 8.7
16	Specialty shoe stores	3,836	- 19.1	2,460	+ 12.8	6,296	- 9.0
17	Family shoe stores	14,654	+ 6.9	5,069	+ 20.6	19,723	+ 10.1
18	Hardware stores	x	x	x	x	13,211	+ 13.8
19	Household furniture stores	12,633	- 4.0	10,553	+ 6.0	23,186	+ 0.3
20	Household appliance stores	4,731	+ 9.8	9,310	+ 2.0	14,041	+ 4.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	29,556	+ 4.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	28,189	+ 17.2	67,214	+ 8.7	95,403	+ 11.1
23	Book and stationery stores	7,938	- 4.0	4,630	+ 3.5	12,569	- 1.3
24	Florists	306	- 0.6	7,117	+ 14.3	7,423	+ 13.6
25	Jewellery stores	6,902	+ 3.9	10,792	+ 6.2	17,694	+ 5.3
26	Sporting goods and accessories stores	11,920	+ 13.7	12,967	+ 5.9	24,887	+ 9.5
27	Personal accessories stores	24,218	+ 11.1	28,251	+ 20.4	52,469	+ 15.9
28	All other stores	151,792	+ 0.2	143,592	+ 4.8	295,385	+ 2.4
29	All stores	891,097	+ 2.9	1,132,343	- 0.2	2,023,440	+ 1.1

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 8. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Zone métropolitaine de Toronto
 January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,643,650	+ 2.6	470,619	+ 5.7	2,114,269	+ 3.3	Épiceries - Boucheries	1
213,178	- 3.0	235,184	- 9.4	448,363	- 6.5	Épiceries, confiseries et articles divers	2
42,687	+ 14.7	298,315	+ 0.9	341,003	+ 2.5	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,100,544	+ 2.7	-	-	1,100,544	+ 2.7	Grands magasins	4
172,479	+ 7.3	47,700	+ 12.8	220,180	+ 8.4	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	4,384	+ 6.4	4,384	+ 6.4	Magasins généraux	6
24,828	- 0.6	2,113	...	26,941*	- 3.2	Bazars	7
-	-	3,770,117	+ 3.3	3,770,117	+ 3.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	72,121	+ 9.7	72,121	+ 9.7	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
466,579	+ 13.0	543,831	- 9.1	1,010,410	- 0.1	Stations-service	10
-	-	118,950	- 16.1	118,950	- 16.1	Garages	11
x	x	x	x	308,017	+ 1.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
126,760	+ 8.8	63,220	- 7.3	189,979	+ 2.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
232,781	+ 1.5	86,725	- 9.8	319,505	- 1.8	Magasins de vêtements pour dames	14
127,406	+ 5.9	28,572	--	155,978	+ 4.7	Magasins de vêtements pour la famille	15
25,663	- 17.6	14,746	+ 14.5	40,409	- 8.2	Magasins de chaussures spécialisées	16
98,916	+ 10.5	37,509	+ 19.8	136,425	+ 12.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	81,779	+ 10.9	Quincailleries	18
84,871	+ 8.2	79,093	+ 4.0	163,964	+ 6.1	Magasins de meubles	19
31,101	+ 18.6	58,871	+ 4.7	89,972	+ 9.2	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	166,708	+ 1.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
199,668	+ 32.4	476,027	+ 4.8	675,694	+ 11.7	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
57,161	+ 3.7	34,857	+ 6.0	92,018	+ 4.5	Librairies et papeteries	23
2,934	- 0.4	58,714	--	61,648	--	Fleuristes	24
45,080	+ 5.1	63,467	- 1.0	108,547	+ 1.4	Bijouteries	25
73,636	+ 13.4	79,683	+ 13.4	153,319	+ 13.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
148,981	+ 10.3	194,617	+ 25.9	343,598	+ 18.7	Magasins d'accessoires personnels	27
919,217	+ 8.8	958,324	+ 3.8	1,877,541	+ 6.2	Tous les autres magasins	28
6,013,470	+ 5.7	8,178,913	+ 2.2	14,192,383	+ 3.7	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 9. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Manitoba

July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	119,755	+ 7.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	21,893	+ 4.2
3	All other food stores	794	- 2.9	5,204	+ 6.2	5,999	+ 4.9
4	Department stores	40,696	+ 3.2	-	-	40,696	+ 3.2
5	General merchandise stores	x	x	x	x	11,618	+ 16.9
6	General stores	x	x	x	x	13,332	- 16.0
7	Variety stores	x	x	x	x	2,964	+ 8.7
8	Motor vehicle dealers	-	-	98,177	- 2.1	98,177	- 2.1
9	Used car dealers	-	-	4,231	+ 32.2	4,231	+ 32.2
10	Service stations	14,150	+ 10.6	35,789	+ 2.3	49,939	+ 4.5
11	Garages	-	-	3,430	+ 23.8	3,430	+ 23.8
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	10,513	+ 11.4
13	Men's clothing stores	2,279	+ 3.3	980	- 2.5	3,259	+ 1.5
14	Women's clothing stores	7,166	+ 6.2	1,423	- 5.4	8,588	+ 4.0
15	Family clothing stores	5,452	- 0.2	691	- 0.5	6,143	- 0.3
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	435	...
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,341	+ 12.3
18	Hardware stores	x	x	x	x	5,765	+ 27.2
19	Household furniture stores	x	x	x	x	5,944	+ 17.0
20	Household appliance stores	-	-	511	- 0.7	511	- 0.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	4,634	- 4.4	2,387	+ 1.1	7,021	- 2.5
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	17,359	+ 8.0
23	Book and stationery stores	1,674	+ 0.4	1,131	+ 19.5	2,805	+ 7.3
24	Florists	x	x	x	x	1,102	- 5.8
25	Jewellery stores	1,750	- 2.8	1,250	+ 1.3	3,000	- 1.1
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	6,954	- 3.8
27	Personal accessories stores	2,214	+ 1.3	2,853	- 10.1	5,067	- 5.4
28	All other stores	20,819	- 0.8	29,913	+ 2.9	50,732	+ 1.3
29	All stores	219,436	+ 1.9	290,137	+ 4.4	509,573	+ 3.3

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 9. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Manitoba

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	815,032	+ 12.2	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	141,879	+ 1.6	Épicerie, confiseries et articles divers	2
5,747	+ 2.6	34,735	+ 9.7	40,481	+ 8.6	Tous les autres magasins d'aliments	3
285,117	+ 1.0	-	-	285,117	+ 1.0	Grands magasins	4
x	x	x	x	78,517	+ 9.4	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	106,079	+ 10.5	Magasins généraux	6
x	x	x	x	18,487	+ 1.6	Bazars	7
-	-	706,554	+ 0.1	706,554	+ 0.1	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	26,559	+ 20.3	26,559	+ 20.3	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
91,368	+ 5.3	226,560	+ 8.6	317,929	+ 7.6	Stations-service	10
-	-	24,769	+ 16.3	24,769	+ 16.3	Garages	11
x	x	x	x	64,305	+ 13.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
18,363	+ 6.0	6,902	+ 12.4	25,264	+ 7.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
46,534	- 0.7	10,423	- 4.9	56,958	- 1.5	Magasins de vêtements pour dames	14
37,486	+ 0.5	5,070	- 2.2	42,556	+ 0.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	2,838*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	16,677	+ 11.3	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	35,688	+ 23.6	Quincailleries	18
x	x	x	x	40,800	+ 12.5	Magasins de meubles	19
-	-	3,779	...	3,779*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
26,394	+ 17.4	13,630	...	40,024*	- 2.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	124,400	+ 16.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
12,721	+ 13.9	7,729	+ 25.2	20,450	+ 17.9	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	10,249	- 2.9	Fleuristes	24
12,150	+ 4.7	8,677	...	20,828*	- 9.9	Bijouteries	25
x	x	x	x	43,501	- 4.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
13,627	+ 5.1	17,957	- 9.9	31,585	- 4.0	Magasins d'accessoires personnels	27
144,505	+ 10.1	197,291	+ 2.8	341,796	+ 5.7	Tous les autres magasins	28
1,510,043	+ 6.3	1,973,058	+ 5.4	3,483,101	+ 5.8	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 10. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Winnipeg

July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	80,181	+ 0.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	11,847	+ 3.1
3	All other food stores	x	x	x	x	4,375	+ 2.1
4	Department stores	36,934	+ 3.1	-	-	36,934	+ 3.1
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	-	-	x	x	x	x
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	51,470	- 16.2	51,470	- 16.2
9	Used car dealers	-	-	2,772	+ 22.6	2,772	+ 22.6
10	Service stations	x	x	x	x	29,088	+ 0.4
11	Garages	-	-	1,424	+ 3.0	1,424	+ 3.0
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	6,839	+ 0.8
13	Men's clothing stores	1,746	- 4.2	308	- 7.8	2,054	- 4.8
14	Women's clothing stores	6,335	+ 6.5	702	- 1.6	7,037	+ 5.6
15	Family clothing stores	3,088	- 6.9	179	+ 11.5	3,266	- 6.0
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	435	...
17	Family shoe stores	x	x	x	x	1,779	+ 17.6
18	Hardware stores	x	x	x	x	1,927	+ 28.6
19	Household furniture stores	x	x	x	x	3,863	+ 9.3
20	Household appliance stores	-	-	231	+ 0.4	231	+ 0.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	5,199	- 12.0
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	10,764	+ 5.2
23	Book and stationery stores	1,550	+ 0.6	677*	...	2,227	+ 9.4
24	Florists	x	x	x	x	386	- 10.1
25	Jewellery stores	x	x	x	x	2,192	- 3.4
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,169	- 11.4
27	Personal accessories stores	2,007	+ 8.2	2,430	- 9.6	4,436	- 2.2
28	All other stores	18,354	+ 1.7	20,850	+ 2.4	39,203	+ 2.1
29	All stores	178,430	+ 1.5	138,912	- 5.8	317,342	- 1.8

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 10. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Winnipeg

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	551,536	+ 7.4	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	76,375	- 6.8	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	30,311	+ 6.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
259,308	+ 0.7	-	-	259,308	+ 0.7	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	x	x	x	x	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	394,190	- 7.1	394,190	- 7.1	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	17,205	+ 11.9	17,205	+ 11.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	194,631	+ 4.5	Stations-service	10
-	-	10,070	- 5.0	10,070	- 5.0	Garages	11
x	x	x	x	42,695	+ 7.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
14,417	+ 2.5	2,172	+ 2.9	16,588	+ 2.5	Magasins de vêtements pour hommes	13
41,317	+ 1.6	5,840	- 9.2	47,157	+ 0.1	Magasins de vêtements pour dames	14
22,931	- 1.9	811	- 18.4	23,742	- 2.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	2,838*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	12,933	+ 14.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	13,061*	...	Quincailleries	18
x	x	x	x	28,523	+ 10.1	Magasins de meubles	19
-	-	1,699	...	1,699*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	29,808	+ 3.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	78,384	+ 18.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
11,787	+ 14.9	4,271	...	16,058*	+ 21.6	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	3,546	- 9.7	Fleuristes	24
x	x	x	x	14,486	- 19.3	Bijouteries	25
x	x	x	x	21,244	- 8.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
12,081	+ 14.2	15,383	- 11.4	27,464	- 1.7	Magasins d'accessoires personnels	27
128,095	+ 16.6	130,916	+ 2.6	259,011	+ 9.1	Tous les autres magasins	28
1,228,295	+ 7.0	977,495	- 2.7	2,205,790	+ 2.5	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 11. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Saskatchewan

July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	80,191	- 2.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,596	+ 3.9
3	All other food stores	299	- 8.8	3,496	- 2.9	3,795	- 3.4
4	Department stores	26,894	- 2.4	-	-	26,894	- 2.4
5	General merchandise stores	8,859	+ 1.8	1,596*	...	10,455	+ 6.2
6	General stores	8,790	- 14.6	21,392	+ 6.3	30,182	- 0.7
7	Variety stores	2,956	- 5.4	234*	...	3,190	- 7.8
8	Motor vehicle dealers	-	-	96,086	+ 1.6	96,086	+ 1.6
9	Used car dealers	-	-	3,080	+ 13.9	3,080	+ 13.9
10	Service stations	10,362*	...	35,306	+ 14.6	45,668	+ 21.4
11	Garages	-	-	3,382*	...	3,382	...
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	12,655	+ 5.9
13	Men's clothing stores	1,721	- 2.2	2,148*	...	3,869	+ 26.0
14	Women's clothing stores	5,698	+ 8.0	2,220	+ 19.5	7,919	+ 11.0
15	Family clothing stores	4,542	+ 7.3	875	+ 30.4	5,417	+ 10.5
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	277	+ 4.0
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,442	- 0.5
18	Hardware stores	x	x	x	x	5,582	- 2.2
19	Household furniture stores	-	-	2,597	+ 12.0	2,597	+ 12.0
20	Household appliance stores	-	-	1,776	+ 5.6	1,776	+ 5.6
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	2,320	- 9.4
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	17,559	+ 8.0
23	Book and stationery stores	971	- 0.4	789	- 7.3	1,761	- 3.6
24	Florists	x	x	x	x	1,215	- 0.4
25	Jewellery stores	1,306	- 4.3	1,855	+ 2.4	3,161	- 0.4
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	7,208	- 1.7
27	Personal accessories stores	1,413	+ 7.9	2,413	+ 2.8	3,825	+ 4.6
28	All other stores	24,873	- 11.7	43,629	+ 1.2	68,501	- 3.8
29	All stores	172,909	- 0.7	297,696	+ 3.1	470,605	+ 1.6

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 11. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Saskatchewan

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	538,843	- 1.7	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	127,668	+ 1.9	Épiceries, confiseries et articles divers	2
2,371	+ 1.6	22,158	- 13.4	24,529	- 12.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
189,696	- 1.7	-	-	189,696	- 1.7	Grands magasins	4
65,588	+ 0.8	8,667	+ 18.3	74,254	+ 2.6	Magasins de marchandises diverses	5
58,712	- 9.8	122,350	- 5.0	181,061	- 6.6	Magasins généraux	6
20,052	- 8.1	1,549	- 17.5	21,601	- 8.8	Bazars	7
-	-	685,125	+ 2.4	685,125	+ 2.4	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	18,450	+ 27.0	18,450	+ 27.0	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
63,600	...	223,018	+ 16.1	286,618*	+ 20.9	Stations-service	10
-	-	24,110	- 7.7	24,110	- 7.7	Garages	11
x	x	x	x	79,791	+ 13.3	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
14,218	+ 2.4	12,591	+ 17.2	26,809	+ 8.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
38,555	- 8.8	16,018	+ 1.7	54,573	- 5.9	Magasins de vêtements pour dames	14
30,393	+ 2.0	5,391	- 10.6	35,784	- 0.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	1,771	+ 0.8	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	17,676	- 4.4	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	38,740	+ 1.9	Quincailleries	18
-	-	19,204	+ 10.1	19,204	+ 10.1	Magasins de meubles	19
-	-	11,945	+ 7.3	11,945	+ 7.3	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	17,871	+ 1.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	124,045	+ 1.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
7,424	+ 5.8	5,352	- 9.3	12,776	- 1.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	10,202	+ 0.9	Fleuristes	24
8,548	- 2.9	12,597	+ 0.9	21,145	- 0.6	Bijouteries	25
x	x	x	x	47,064	- 7.7	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
8,376	+ 6.3	15,260	+ 6.2	23,637	+ 6.2	Magasins d'accessoires personnels	27
144,902	- 8.1	251,770	+ 1.9	396,672	- 1.9	Tous les autres magasins	28
1,157,657	- 0.1	1,954,003	+ 2.3	3,111,659	+ 1.3	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 12. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Alberta
 July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	184,346	- 0.4	40,847	+ 7.2	225,193	+ 0.8
2	Grocery confectionery and sundries stores	20,634	+ 9.3	30,998	+ 3.4	51,632	+ 5.7
3	All other food stores	634	- 10.7	14,304	+ 21.7	14,939	+ 19.9
4	Department stores	107,583	+ 2.3	-	-	107,583	+ 2.3
5	General merchandise stores	12,722	+ 14.3	7,772	+ 30.0	20,494	+ 19.8
6	General stores	x	x	x	x	56,547	+ 2.9
7	Variety stores	4,095	+ 13.7	578	+ 15.5	4,673	+ 13.9
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	310,487	+ 0.3
9	Used car dealers	-	-	6,009*	...	6,009	...
10	Service stations	34,826	+ 11.4	59,429	+ 9.3	94,254	+ 10.1
11	Garages	x	x	x	x	7,953	+ 17.3
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	36,629	- 2.0
13	Men's clothing stores	8,055	+ 6.9	6,602	- 16.8	14,657	- 5.2
14	Women's clothing stores	21,514	+ 8.5	7,409	- 5.6	28,923	+ 4.5
15	Family clothing stores	16,423	+ 4.4	5,116	+ 8.5	21,539	+ 5.3
16	Specialty shoe stores	998	- 20.9	2,007	- 20.3	3,005	- 20.5
17	Family shoe stores	6,142	+ 4.0	1,986	+ 1.5	8,127	+ 3.4
18	Hardware stores	x	x	x	x	15,257	+ 7.9
19	Household furniture stores	x	x	x	x	12,336	+ 9.8
20	Household appliance stores	x	x	x	x	8,802	+ 4.9
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	17,887	+ 13.0
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	17,009	+ 7.4	52,467	+ 15.3	69,475	+ 13.3
23	Book and stationery stores	4,270	- 9.6	2,583	+ 4.3	6,853	- 4.8
24	Florists	x	x	x	x	4,434	--
25	Jewellery stores	5,197	+ 15.1	6,324	- 3.8	11,520	+ 3.8
26	Sporting goods and accessories stores	5,852	+ 21.7	26,240	+ 20.3	32,091	+ 20.5
27	Personal accessories stores	11,450	+ 32.2	5,994	+ 7.3	17,445	+ 22.4
28	All other stores	93,553	- 1.5	92,642	+ 15.4	186,195	+ 6.2
29	All stores	623,009	+ 2.0	771,935	+ 6.8	1,394,944	+ 4.6

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 12. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Alberta

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,263,395	+ 4.6	275,226	+ 8.6	1,538,621	+ 5.3	Épiceries - Boucheries	1
126,175	+ 1.2	193,980	+ 5.1	320,155	+ 3.5	Épiceries, confiseries et articles divers	2
5,415	+ 3.2	94,126	+ 16.1	99,541	+ 15.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
742,492	+ 3.2	-	-	742,492	+ 3.2	Grands magasins	4
90,348	+ 7.9	42,006	- 1.4	132,354	+ 4.7	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	386,583	- 2.1	Magasins généraux	6
25,707	+ 10.2	3,744	+ 12.0	29,451	+ 10.4	Bazars	7
x	x	x	x	2,350,162	+ 9.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	39,987	...	39,987*	...	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
214,706	+ 1.5	349,537	+ 1.3	564,242	+ 1.4	Stations-service	10
x	x	x	x	54,380	+ 7.2	Garages	11
x	x	x	x	227,229	+ 10.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
62,279	+ 13.7	47,382	- 6.9	109,661	+ 3.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
139,065	+ 4.7	44,530	+ 0.3	183,595	+ 3.6	Magasins de vêtements pour dames	14
105,589	+ 4.2	27,973	+ 4.0	133,562	+ 4.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
6,357	- 16.5	16,009	+ 9.0	22,366	+ 0.2	Magasins de chaussures spécialisées	16
40,096	+ 6.2	12,169	- 6.5	52,264	+ 2.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	93,454	+ 3.1	Quincailleries	18
x	x	x	x	82,615	+ 28.5	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	55,987	+ 3.0	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	108,042	+ 19.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
118,674	+ 7.6	369,124	+ 12.0	487,797	+ 10.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
31,182	+ 0.6	16,575	+ 3.3	47,757	+ 1.6	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	41,397	+ 12.0	Fleuristes	24
32,106	+ 9.8	38,711	- 1.9	70,817	+ 3.0	Bijouteries	25
38,984	+ 17.7	152,076	+ 17.0	191,060	+ 17.1	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
64,004	+ 30.6	37,332	+ 0.8	101,337	+ 17.8	Magasins d'accessoires personnels	27
566,466	+ 7.0	595,105	+ 10.6	1,161,572	+ 8.8	Tous les autres magasins	28
4,131,372	+ 4.6	5,297,108	+ 9.4	9,428,481	+ 7.2	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 13. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
British Columbia
 July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	229,203	- 3.7	107,832	+ 6.5	337,035	- 0.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	21,138	+ 3.1	52,434	+ 1.9	73,572	+ 2.2
3	All other food stores	3,542	- 5.4	33,707	+ 20.3	37,249	+ 17.3
4	Department stores	136,467	+ 6.6	-	-	136,467	+ 6.6
5	General merchandise stores	12,012	+ 14.2	6,966	+ 13.5	18,978	+ 13.9
6	General stores	x	x	x	x	14,021	+ 13.8
7	Variety stores	5,347	--	1,152	+ 15.9	6,499	+ 2.4
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	350,484	+ 10.0
9	Used car dealers	-	-	16,374	+ 29.0	16,374	+ 29.0
10	Service stations	54,564	+ 13.7	94,069	+ 14.3	148,633	+ 14.0
11	Garages	-	-	16,851	+ 26.4	16,851	+ 26.4
12	Automotive parts and accessories stores	10,461	+ 0.7	17,199	+ 7.8	27,660	+ 5.0
13	Men's clothing stores	6,564	+ 3.2	4,817	- 2.5	11,381	+ 0.7
14	Women's clothing stores	19,959	+ 7.0	14,973	+ 20.5	34,933	+ 12.4
15	Family clothing stores	14,429	- 1.6	7,673	+ 6.8	22,102	+ 1.1
16	Specialty shoe stores	1,296	+ 35.2	1,828	+ 3.5	3,125	+ 14.6
17	Family shoe stores	5,206	+ 13.6	3,272	+ 7.5	8,478	+ 11.1
18	Hardware stores	x	x	x	x	14,696	+ 18.6
19	Household furniture stores	x	x	x	x	18,743	+ 19.8
20	Household appliance stores	308	- 18.2	3,729	+ 19.5	4,037	+ 15.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	15,115	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	30,943	+ 6.0	43,784	+ 2.1	74,726	+ 3.7
23	Book and stationery stores	3,222	- 3.7	4,980	+ 33.3	8,202	+ 15.8
24	Florists	x	x	x	x	4,992	+ 19.3
25	Jewellery stores	4,651	+ 4.0	7,055	- 3.8	11,706	- 0.8
26	Sporting goods and accessories stores	7,146	+ 28.2	32,971	+ 31.8	40,117	+ 31.1
27	Personal accessories stores	9,505	+ 5.0	27,820	+ 35.9	37,324	+ 26.5
28	All other stores	109,209	- 1.0	128,158	+ 31.6	237,367	+ 14.2
29	All stores	713,400	+ 2.5	1,017,466	+ 14.1	1,730,865	+ 9.0

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 13. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Colombie-Britannique

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,572,689	+ 5.1	661,093	+ 3.6	2,233,782	+ 4.7	Épiceries - Boucheries	1
135,246	- 7.0	332,101	+ 4.7	467,347	+ 1.0	Épiceries, confiseries et articles divers	2
27,143	- 5.1	179,418	+ 10.0	206,561	+ 7.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
920,969	+ 6.1	-	-	920,969	+ 6.1	Grands magasins	4
86,120	+ 7.7	37,959	+ 5.3	124,079	+ 7.0	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	78,445	+ 6.1	Magasins généraux	6
32,975	- 0.5	5,551	+ 9.2	38,525	+ 0.7	Bazars	7
x	x	x	x	2,505,897	+ 12.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	105,912	+ 28.1	105,912	+ 28.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
328,431	+ 6.3	563,624	+ 11.6	892,055	+ 9.6	Stations-service	10
-	-	109,402	+ 28.7	109,402	+ 28.7	Garages	11
64,729	+ 8.0	105,600	+ 7.3	170,329	+ 7.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
48,388	+ 5.6	30,579	+ 9.2	78,967	+ 7.0	Magasins de vêtements pour hommes	13
124,632	+ 3.2	88,018	+ 22.8	212,650	+ 10.5	Magasins de vêtements pour dames	14
95,173	+ 3.3	40,826	+ 6.6	136,000	+ 4.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
7,608	+ 23.1	12,217	+ 4.7	19,825	+ 11.1	Magasins de chaussures spécialisées	16
35,953	+ 12.5	21,529	+ 10.0	57,482	+ 11.6	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	85,116	+ 19.9	Quincailleries	18
x	x	x	x	115,322	+ 12.4	Magasins de meubles	19
2,104	- 16.5	23,594	+ 19.2	25,698	+ 15.1	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	92,565	+ 32.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
217,718	+ 2.1	306,053	+ 4.0	523,771	+ 3.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
23,608	+ 5.7	32,079	+ 20.1	55,686	+ 13.5	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	42,587	+ 27.8	Fleuristes	24
29,737	+ 8.7	47,793	+ 7.1	77,530	+ 7.7	Bijouteries	25
48,620	...	185,666	+ 25.4	234,286*	+ 29.0	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
55,508	+ 13.8	151,807	...	207,316*	+ 34.5	Magasins d'accessoires personnels	27
660,423	+ 7.2	766,762	+ 15.4	1,427,185	+ 11.5	Tous les autres magasins	28
4,700,010	+ 5.6	6,545,281	+ 12.6	11,245,291	+ 9.5	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 14. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Metropolitan Vancouver

July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	144,588	- 2.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	42,574	+ 4.0
3	All other food stores	2,905	- 4.2	17,214	- 2.4	20,119	- 2.7
4	Department stores	77,191	+ 7.0	-	-	77,191	+ 7.0
5	General merchandise stores	x	x	x	x	5,324	+ 11.8
6	General stores	-	-	161	- 12.4	161	- 12.4
7	Variety stores	x	x	x	x	638	+ 25.3
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	198,330	+ 10.7
9	Used car dealers	-	-	5,449	+ 5.1	5,449	+ 5.1
10	Service stations	22,094	+ 4.7	28,370	+ 12.7	50,465	+ 9.0
11	Garages	-	-	8,471	+ 25.4	8,471	+ 25.4
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	13,037	+ 6.8
13	Men's clothing stores	4,964	+ 5.7	2,455	- 15.1	7,419	- 2.2
14	Women's clothing stores	12,059	+ 1.7	10,575	+ 16.0	22,634	+ 7.9
15	Family clothing stores	5,969	- 2.8	3,613	+ 7.2	9,582	+ 0.7
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	1,702	+ 28.8
17	Family shoe stores	x	x	x	x	4,736	+ 11.2
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,773	+ 27.4
19	Household furniture stores	4,934	- 1.4	7,472	+ 25.2	12,406	+ 13.0
20	Household appliance stores	x	x	x	x	1,762	+ 3.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	10,153	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	39,014	+ 0.5
23	Book and stationery stores	2,046	+ 10.8	1,666	+ 30.2	3,712	+ 18.7
24	Florists	x	x	x	x	2,226	- 3.8
25	Jewellery stores	2,639*	...	4,926	--	7,565	+ 13.2
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	22,431	...
27	Personal accessories stores	7,373	+ 9.4	17,343*	...	24,716	...
28	All other stores	56,927	+ 4.9	58,393*	...	115,320	+ 19.8
29	All stores	387,425	+ 3.3	469,073	+ 14.0	856,498	+ 8.9

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 14. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Vancouver

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,001,520	+ 13.0	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	278,276	- 0.6	Épiceries, confiseries et articles divers	2
22,177	- 5.5	106,317	+ 2.9	128,493	+ 1.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
529,430	+ 4.4	-	-	529,430	+ 4.4	Grands magasins	4
x	x	x	x	37,367	+ 10.1	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	1,056	+ 2.9	1,056	+ 2.9	Magasins généraux	6
x	x	x	x	4,047	+ 28.2	Bazars	7
x	x	x	x	1,412,409	+ 15.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	38,489	+ 13.4	38,489	+ 13.4	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
144,964	--	198,242	+ 2.0	343,206	+ 1.1	Stations-service	10
-	-	57,511	+ 16.0	57,511	+ 16.0	Garages	11
x	x	x	x	81,673	+ 13.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
36,494	+ 5.6	15,233	+ 10.3	51,727	+ 6.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
77,677	+ 0.5	61,460	+ 24.0	139,137	+ 9.6	Magasins de vêtements pour dames	14
42,398	+ 3.9	20,320	+ 3.7	62,718	+ 3.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	10,519	+ 19.1	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	32,159	+ 10.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	29,280	+ 28.9	Quincailleries	18
29,016	+ 2.9	48,294	+ 18.0	77,311	+ 11.8	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	12,633	+ 11.4	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	61,628	+ 19.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires ..	21
x	x	x	x	282,505	+ 1.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté ..	22
15,216	+ 13.7	11,581	+ 18.8	26,797	+ 15.8	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	19,553	+ 9.7	Fleuristes	24
17,641	+ 11.2	32,686	+ 9.5	50,327	+ 10.0	Bijouteries	25
x	x	x	x	134,974*	...	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
42,512	+ 15.7	97,410	...	139,922*	...	Magasins d'accessoires personnels	27
370,595	+ 16.6	353,220	+ 13.5	723,815	+ 15.1	Tous les autres magasins	28
2,646,699	+ 10.2	3,121,781	+ 12.6	5,768,480	+ 11.5	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 15. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Yukon and Northwest Territories
 July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	-	-	6,965	+ 1.8	6,965	+ 1.8
2	Grocery confectionery and sundries stores	-	-	1,817	+ 22.7	1,817	+ 22.7
3	All other food stores	-	-	390*	...	390	...
4	Department stores	-	-	-	-	-	-
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	x	x	x	x	11,737	+ 0.2
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	4,233	- 14.5	4,233	- 14.5
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	-	-	1,899*	...	1,899	...
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	596	+ 16.8
13	Men's clothing stores	-	-	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	-	-	102	+ 8.5	102	+ 8.5
15	Family clothing stores	x	x	x	x	229	- 19.0
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	-	-	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	613	--	613	--
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	-	-	1,532	+ 10.9	1,532	+ 10.9
23	Book and stationery stores	-	-	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	-	-	899	+ 10.2	899	+ 10.2
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	1,238	+ 23.3
28	All other stores	x	x	x	x	4,609	+ 12.5
29	All stores	15,242	+ 1.2	25,850	+ 1.2	41,092	+ 1.2

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 15. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Yukon et Territoires du Nord-Ouest

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
-	-	43,913	+ 4.5	43,913	+ 4.5	Épiceries - Boucheries	1
-	-	10,771	+ 26.9	10,771	+ 26.9	Épiceries, confiseries et articles divers	2
-	-	2,436	...	2,436*	...	Tous les autres magasins d'aliments	3
-	-	-	-	-	-	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	78,246	+ 6.9	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	29,225	- 4.6	29,225	- 4.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
-	-	12,727	+ 3.6	12,727	+ 3.6	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	3,333	- 7.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
-	-	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
-	-	591	...	591*	...	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	1,537	- 1.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	3,397	+ 3.0	3,397	+ 3.0	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	x	x	x	x	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
-	-	10,915	+ 7.3	10,915	+ 7.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
-	-	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
-	-	5,059	+ 7.4	5,059	+ 7.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	5,774*	...	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	26,305	+ 6.3	Tous les autres magasins	28
96,606	+ 3.1	163,939	+ 8.1	260,545	+ 6.2	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 16. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Canada
 July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	1,508,080	- 2.3	931,803	+ 8.0	2,439,883	+ 1.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	194,215	+ 0.9	587,379	+ 0.1	781,594	+ 0.3
3	All other food stores	26,875	+ 9.5	259,296	+ 9.9	286,170	+ 9.8
4	Department stores	963,791	+ 3.2	-	-	963,791	+ 3.2
5	General merchandise stores	162,811	+ 7.1	84,415	+ 28.6	247,225	+ 13.6
6	General stores	77,784	- 4.0	142,168	+ 8.8	219,951	+ 3.9
7	Variety stores	66,357	- 3.5	14,089	+ 6.0	80,446	- 2.0
8	Motor vehicle dealers	36,551	+ 1.3	2,913,696	- 3.2	2,950,247	- 3.2
9	Used car dealers	-	-	105,381	+ 3.3	105,381	+ 3.3
10	Service stations	360,959	+ 12.4	861,943	+ 2.5	1,222,902	+ 5.2
11	Garages	x	x	x	x	166,567	+ 4.1
12	Automotive parts and accessories stores	20,740	- 4.2	349,449	+ 11.6	370,188	+ 10.5
13	Men's clothing stores	60,187	+ 2.4	56,754	- 2.2	116,941	+ 0.1
14	Women's clothing stores	175,016	+ 4.5	91,801	+ 3.3	266,817	+ 4.1
15	Family clothing stores	127,851	+ 6.5	57,937	+ 1.9	185,788	+ 5.0
16	Specialty shoe stores	14,573	- 4.3	12,099	+ 18.0	26,673	+ 4.6
17	Family shoe stores	73,697	+ 8.6	26,917	+ 6.2	100,615	+ 7.9
18	Hardware stores	26,700	+ 1.7	163,342	+ 13.6	190,042	+ 11.7
19	Household furniture stores	43,734	- 6.2	138,031	+ 4.5	181,765	+ 1.7
20	Household appliance stores	6,536	+ 11.7	53,124	+ 0.3	59,660	+ 1.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	102,179	+ 7.7	64,531	- 3.4	166,711	+ 3.1
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	194,494	+ 9.7	450,300	+ 8.4	644,794	+ 8.8
23	Book and stationery stores	34,612	- 3.3	40,577	+ 11.1	75,190	+ 3.9
24	Florists	x	x	x	x	43,937	+ 7.0
25	Jewellery stores	39,846	+ 5.8	47,465	+ 2.5	87,311	+ 4.0
26	Sporting goods and accessories stores	46,393	+ 14.0	234,056	+ 9.3	280,449	+ 10.1
27	Personal accessories stores	96,379	+ 13.1	139,950	+ 14.1	236,329	+ 13.7
28	All other stores	899,786	- 1.5	931,825	+ 8.3	1,831,611	+ 3.2
29	All stores	5,362,581	+ 1.7	8,966,397	+ 3.1	14,328,978	+ 2.6

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 16. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Canada

January-July - 1989 - Janvier-Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
10,543,326	+ 2.5	6,133,015	+ 8.6	16,676,341	+ 4.7	Épiceries - Boucheries	1
1,214,913	- 1.4	3,551,746	+ 1.6	4,766,659	+ 0.8	Épiceries, confiseries et articles divers	2
189,001	+ 11.0	1,581,136	+ 5.6	1,770,137	+ 6.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
6,687,846	+ 4.5	-	-	6,687,846	+ 4.5	Grands magasins	4
1,205,438	+ 4.0	472,685	+ 11.5	1,678,123	+ 6.0	Magasins de marchandises diverses	5
546,686	- 2.0	838,481	+ 8.2	1,385,167	+ 3.9	Magasins généraux	6
421,504	- 6.6	79,023	- 0.9	500,527	- 5.8	Bazars	7
272,455	+ 0.4	21,973,871	+ 3.2	22,246,325	+ 3.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	749,658	+ 10.8	749,658	+ 10.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
2,310,183	+ 9.2	5,356,798	+ 2.0	7,666,982	+ 4.1	Stations-service	10
x	x	x	x	1,106,546	+ 2.3	Garages	11
131,798	+ 2.5	2,141,383	+ 13.8	2,273,181	+ 13.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
486,011	+ 7.4	386,281	+ 2.4	872,292	+ 5.2	Magasins de vêtements pour hommes	13
1,190,098	+ 2.9	615,547	+ 3.5	1,805,645	+ 3.1	Magasins de vêtements pour dames	14
868,277	+ 8.1	394,849	+ 11.1	1,263,126	+ 9.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
96,824	- 2.0	85,572	+ 26.3	182,396	+ 9.5	Magasins de chaussures spécialisées	16
495,781	+ 6.8	189,743	+ 3.4	685,524	+ 5.8	Magasins de chaussures pour la famille	17
162,854	+ 8.2	950,442	+ 11.8	1,113,295	+ 11.2	Quincailleries	18
265,232	+ 2.6	927,693	+ 9.8	1,192,925	+ 8.1	Magasins de meubles	19
41,755	+ 16.0	346,471	+ 2.1	388,226	+ 3.4	Magasins d'appareils ménagers	20
578,781	+ 13.8	425,649	+ 0.8	1,004,430	+ 7.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
1,386,485	+ 14.2	3,106,944	+ 7.9	4,493,429	+ 9.7	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
251,625	+ 7.5	279,528	+ 10.2	531,153	+ 8.9	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	389,365	+ 12.3	Fleuristes	24
250,062	+ 4.2	308,712	+ 3.8	558,774	+ 3.9	Bijouteries	25
304,424	+ 16.1	1,371,732	+ 8.1	1,676,155	+ 9.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
556,336	+ 13.4	873,907	+ 11.1	1,430,243	+ 12.0	Magasins d'accessoires personnels	27
5,321,561	+ 6.0	5,967,182	+ 8.4	11,288,743	+ 7.2	Tous les autres magasins	28
35,799,624	+ 4.7	60,583,590	+ 5.4	96,383,214	+ 5.2	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 17. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Newfoundland - Terre-Neuve

June - 1989 - Juin

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	44,739	+ 17.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	37,260	+ 21.3
3	All other food stores	x	x	x	x	3,444	- 3.9
4	Department stores	13,159	+ 6.9	-	-	13,159	+ 6.9
5	General merchandise stores	x	x	x	x	11,694	+ 6.9
6	General stores	x	x	x	x	10,304	+ 16.2
7	Variety stores	x	x	x	x	5,732	+ 8.2
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	59,537	+ 10.1
9	Used car dealers	-	-	1,041*	...	1,041	...
10	Service stations	x	x	x	x	30,583	+ 5.1
11	Garages	-	-	2,352*	...	2,352	...
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	9,527	+ 20.4	9,527	+ 20.4
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	1,140	+ 26.9
14	Women's clothing stores	3,469	+ 16.7	401*	...	3,871	+ 19.1
15	Family clothing stores	4,738	- 1.0	1,743	+ 3.3	6,480	+ 0.1
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	4,307*	...	4,307	...
19	Household furniture stores	x	x	x	x	2,833	+ 9.5
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	4,083*	...	252	+ 1.7	4,336	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	2,847	+ 34.5	15,106	+ 12.1	17,952	+ 15.2
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	543	+ 11.1
24	Florists	x	x	x	x	x	x
25	Jewellery stores	751	+ 18.3	379*	...	1,130	+ 26.2
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	2,027	+ 11.3
27	Personal accessories stores	681	+ 10.2	717	+ 21.8	1,398	+ 15.9
28	All other stores	9,184	+ 11.0	12,746	+ 21.0	21,930	+ 16.6
29	All stores	112,411	+ 9.8	187,173	+ 16.1	299,585	+ 13.6

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 17. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Prince Edward Island – Île-du-Prince-Édouard

June - 1989 - Juin

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	9,956	+ 8.5	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	3,257	+ 19.5	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	481	+ 6.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
7,591	+ 1.9	-	-	7,591	+ 1.9	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	1,890	+ 19.3	1,890	+ 19.3	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	16,354	- 1.9	16,354	- 1.9	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	4,669	+ 12.7	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	2,528	-	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
436	+ 6.1	635	+ 27.1	1,071	+ 17.7	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	676	+ 24.7	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	1,193	+ 25.5	1,193	+ 25.5	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	430	+ 18.1	430	+ 18.1	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	3,932	- 1.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
x	x	x	x	825	+ 11.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	831	+ 18.9	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	8,871	+ 1.8	Tous les autres magasins	28
22,643	+ 9.8	46,971	+ 2.2	69,614	+ 4.5	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 18. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Nova Scotia - Nouvelle-Écosse

June - 1989 - Juin

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	114,546	+ 15.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	17,774	+ 2.3
3	All other food stores	x	x	x	x	6,259	+ 18.2
4	Department stores	37,209	+ 7.1	-	-	37,209	+ 7.1
5	General merchandise stores	10,971	- 1.6	2,605	- 5.7	13,576	- 2.4
6	General stores	-	-	6,382	- 6.4	6,382	- 6.4
7	Variety stores	4,074	- 1.7	377	- 13.1	4,451	- 2.8
8	Motor vehicle dealers	-	-	102,206	- 1.7	102,206	- 1.7
9	Used car dealers	-	-	4,380	+ 33.1	4,380	+ 33.1
10	Service stations	x	x	x	x	47,477	--
11	Garages	-	-	1,420*	...	1,420	...
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	14,172	+ 5.1
13	Men's clothing stores	2,235	+ 10.9	2,186	+ 9.3	4,420	+ 10.1
14	Women's clothing stores	5,288	+ 6.8	2,966	+ 9.4	8,254	+ 7.7
15	Family clothing stores	2,255	+ 27.8	2,925	+ 8.7	5,180	+ 16.2
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	629	+ 18.4
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,482	- 0.5
18	Hardware stores	-	-	7,137	+ 31.4	7,137	+ 31.4
19	Household furniture stores	x	x	x	x	2,891	- 18.1
20	Household appliance stores	x	x	x	x	794	+ 3.3
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	2,729	- 8.3
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	29,641	+ 15.7
23	Book and stationery stores	1,714	+ 8.7	1,440	- 2.5	3,155	+ 3.2
24	Florists	x	x	x	x	1,931	...
25	Jewellery stores	2,151	+ 5.9	412	+ 17.0	2,563	+ 7.5
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,904	+ 13.2
27	Personal accessories stores	1,278	+ 21.8	6,024	+ 27.0	7,302	+ 26.1
28	All other stores	30,085	+ 16.3	31,311	+ 11.3	61,396	+ 13.7
29	All stores	201,914	+ 10.8	312,347	+ 4.8	514,261	+ 7.1

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 18. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

New Brunswick – Nouveau-Brunswick

June – 1989 – Juin

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	68,017	+ 13.0	Épiceries – Boucheries	1
x	x	x	x	17,593	+ 7.6	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	5,037	+ 6.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
25,760	+ 10.5	-	-	25,760	+ 10.5	Grands magasins	4
7,412	+ 1.0	3,745	+ 4.4	11,157	+ 2.1	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	13,314	+ 9.4	13,314	+ 9.4	Magasins généraux	6
3,968	- 6.8	487	- 11.6	4,455	- 7.4	Bazars	7
x	x	x	x	69,457	- 3.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	3,404	+ 0.6	3,404	+ 0.6	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
2,689	+ 22.8	38,418	+ 4.3	41,106	+ 5.3	Stations-service	10
-	-	2,805	...	2,805*	...	Garages	11
-	-	12,241	+ 24.5	12,241	+ 24.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
1,861	+ 33.9	1,325	+ 26.3	3,186	+ 30.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
4,455	+ 4.8	2,810	+ 28.5	7,266	+ 12.8	Magasins de vêtements pour dames	14
3,844	...	1,600	+ 6.5	5,444*	...	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	6,823	+ 33.4	6,823	+ 33.4	Quincailleries	18
x	x	x	x	4,599*	...	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	947	- 15.8	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
1,881	+ 26.8	21,465	+ 11.8	23,346	+ 12.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
1,389	+ 7.8	598	+ 16.5	1,988	+ 10.3	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	1,746	+ 23.3	Fleuristes	24
1,625	+ 20.0	854	+ 11.7	2,479	+ 17.0	Bijouteries	25
x	x	x	x	5,372	+ 19.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
900	...	1,670	+ 22.5	2,570*	+ 31.9	Magasins d'accessoires personnels	27
20,109	+ 22.7	20,693	- 11.6	40,801	+ 2.4	Tous les autres magasins	28
135,438	+ 12.0	249,697	+ 5.6	385,135	+ 7.8	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 19. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Quebec

June - 1989 - Juin

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	582,680	+ 6.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	267,716	- 2.4
3	All other food stores	4,956	+ 28.5	104,875	+ 6.9	109,831	+ 7.7
4	Department stores	216,860	+ 5.6	-	-	216,860	+ 5.6
5	General merchandise stores	x	x	x	x	24,424	- 4.0
6	General stores	x	x	x	x	42,238	+ 32.8
7	Variety stores	x	x	x	x	26,377	- 12.1
8	Motor vehicle dealers	-	-	817,464	+ 2.6	817,464	+ 2.6
9	Used car dealers	-	-	39,301	- 0.6	39,301	- 0.6
10	Service stations	75,479	+ 8.6	271,146	+ 2.0	346,625	+ 3.4
11	Garages	-	-	62,102	+ 4.6	62,102	+ 4.6
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	96,110	+ 14.4
13	Men's clothing stores	18,174	+ 10.5	21,456	+ 3.5	39,630	+ 6.6
14	Women's clothing stores	45,799	+ 11.2	40,503	+ 21.4	86,302	+ 15.7
15	Family clothing stores	49,376	+ 23.2	31,506	+ 10.7	80,882	+ 18.0
16	Specialty shoe stores	6,686	+ 31.3	5,074*	...	11,760	...
17	Family shoe stores	31,765	+ 11.1	9,933	+ 4.5	41,698	+ 9.4
18	Hardware stores	x	x	x	x	84,120	+ 6.7
19	Household furniture stores	14,187	+ 15.5	43,750	- 16.5	57,937	- 10.4
20	Household appliance stores	-	-	17,397	+ 4.7	17,397	+ 4.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	25,258	+ 21.7	40,773	- 4.2	66,031	+ 4.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	37,009	+ 2.0	106,565	+ 23.2	143,574	+ 16.9
23	Book and stationery stores	5,171	+ 11.4	17,502	+ 16.6	22,673	+ 15.4
24	Florists	-	-	14,187	+ 20.5	14,187	+ 20.5
25	Jewellery stores	4,852	+ 7.5	10,317	- 4.0	15,169	- 0.5
26	Sporting goods and accessories stores	5,502	- 4.0	94,764	+ 13.1	100,267	+ 12.0
27	Personal accessories stores	18,288	+ 14.9	33,738	+ 4.8	52,026	+ 8.2
28	All other stores	146,873	+ 6.1	291,540	+ 21.3	438,413	+ 15.7
29	All stores	1,013,787	+ 6.5	2,890,008	+ 6.4	3,903,796	+ 6.4

ESTIMATIONS REVISÉES

TABEAU 19. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Metropolitan Montreal – Zone métropolitaine de Montréal

June - 1989 - Juin

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	263,941	+ 3.4	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	95,491	- 15.2	Épiceries, confiseries et articles divers	2
1,974	+ 7.0	52,194	+ 5.5	54,168	+ 5.5	Tous les autres magasins d'aliments	3
121,643	+ 3.2	-	-	121,643	+ 3.2	Grands magasins	4
x	x	x	x	6,965	+ 8.8	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	7,559	...	7,559*	...	Magasins généraux	6
x	x	x	x	9,150	+ 0.5	Bazars	7
-	-	372,412	+ 1.4	372,412	+ 1.4	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	11,814	- 15.9	11,814	- 15.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
36,997	+ 14.5	83,384	- 12.7	120,380	- 5.8	Stations-service	10
-	-	14,066	+ 13.3	14,066	+ 13.3	Garages	11
x	x	x	x	32,073	+ 5.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
12,510	+ 8.3	7,623	+ 3.1	20,133	+ 6.2	Magasins de vêtements pour hommes	13
25,886	+ 12.0	18,479	+ 21.4	44,364	+ 15.8	Magasins de vêtements pour dames	14
27,018	+ 14.9	8,432	+ 24.8	35,449	+ 17.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
4,989	+ 35.6	3,312	...	8,301*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
16,892	+ 3.6	5,360	+ 4.7	22,252	+ 3.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	39,905	- 1.7	Quincailleries	18
8,995	+ 18.6	16,919	- 20.7	25,914	- 10.4	Magasins de meubles	19
-	-	7,089	+ 7.2	7,089	+ 7.2	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	25,901	+ 1.1	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
22,144	- 7.1	48,959	+ 22.6	71,102	+ 11.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
3,356	+ 13.9	8,845	+ 12.7	12,201	+ 13.0	Librairies et papeteries	23
-	-	6,280	+ 18.4	6,280	+ 18.4	Fleuristes	24
3,427	+ 4.3	4,410	- 15.3	7,837	- 7.7	Bijouteries	25
3,637	+ 5.5	29,007	+ 3.5	32,644	+ 3.7	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
12,148	+ 5.1	15,178	+ 19.9	27,327	+ 12.8	Magasins d'accessoires personnels	27
103,403	+ 4.8	107,841	+ 8.8	211,245	+ 6.8	Tous les autres magasins	28
588,985	+ 5.6	1,118,620	+ 1.1	1,707,605	+ 2.6	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES
TABLE 20. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Ontario
 June - 1989 - Juin

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	648,413	+ 8.5	329,842	+ 21.4	978,254	+ 12.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	127,654	+ 5.0	115,842	+ 7.9	243,495	+ 6.3
3	All other food stores	16,893	+ 18.9	82,184	+ 9.4	99,078	+ 10.9
4	Department stores	480,323	+ 7.5	-	-	480,323	+ 7.5
5	General merchandise stores	91,306	--	46,599*	...	137,905	+ 10.9
6	General stores	x	x	x	x	20,955	+ 2.5
7	Variety stores	20,970	+ 2.0	4,406	+ 2.4	25,377	+ 2.1
8	Motor vehicle dealers	-	-	1,381,778	+ 1.2	1,381,778	+ 1.2
9	Used car dealers	-	-	42,050	+ 11.6	42,050	+ 11.6
10	Service stations	169,462	+ 16.1	233,770	- 1.7	403,232	+ 5.0
11	Garages	x	x	x	x	74,180	+ 5.1
12	Automotive parts and accessories stores	3,938	+ 1.9	199,565	+ 16.3	203,503	+ 16.0
13	Men's clothing stores	43,595	+ 13.8	27,220	+ 6.4	70,815	+ 10.8
14	Women's clothing stores	82,269	+ 6.0	30,622	- 4.4	112,891	+ 3.0
15	Family clothing stores	44,695	+ 9.9	13,013	+ 2.3	57,708	+ 8.1
16	Specialty shoe stores	6,834	- 14.9	3,637	+ 2.8	10,470	- 9.5
17	Family shoe stores	33,515	+ 14.2	12,942	+ 8.3	46,457	+ 12.5
18	Hardware stores	x	x	x	x	66,776	+ 14.1
19	Household furniture stores	19,663	+ 6.0	57,572	+ 14.8	77,235	+ 12.4
20	Household appliance stores	6,365	+ 33.0	22,971	+ 6.6	29,336	+ 11.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	40,501	+ 14.2	13,809	+ 18.1	54,310	+ 15.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	100,059	+ 24.8	168,443	+ 4.8	268,503	+ 11.5
23	Book and stationery stores	16,512	+ 13.5	14,579	+ 16.7	31,091	+ 15.0
24	Florists	1,196*	...	25,793	+ 20.6	26,989	+ 17.1
25	Jewellery stores	20,003	+ 9.3	24,082	+ 18.4	44,085	+ 14.1
26	Sporting goods and accessories stores	24,904	+ 22.4	83,644	- 11.3	108,548	- 5.3
27	Personal accessories stores	46,885	+ 16.3	60,192	+ 16.3	107,077	+ 16.3
28	All other stores	418,940	+ 6.1	357,647	+ 8.8	776,587	+ 7.3
29	All stores	2,478,078	+ 8.9	3,500,931	+ 6.1	5,979,009	+ 7.2

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 20. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Metropolitan Toronto - Zone métropolitaine de Toronto

June - 1989 - Juin

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
257,984	+ 9.7	68,287	+ 11.3	326,271	+ 10.0	Épiceries - Boucheries	1
33,856	+ 1.2	35,568	- 6.0	69,424	- 2.6	Épiceries, confiseries et articles divers	2
6,853	+ 22.4	44,452	+ 0.5	51,304	+ 2.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
186,040	+ 2.8	-	-	186,040	+ 2.8	Grands magasins	4
27,358	+ 2.5	7,543	+ 9.0	34,901	+ 3.8	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	696	- 2.8	696	- 2.8	Magasins généraux	6
4,222	+ 1.6	333	- 6.6	4,555	+ 0.9	Bazars	7
-	-	579,980	- 1.8	579,980	- 1.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	11,207	+ 7.1	11,207	+ 7.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
73,719	+ 17.3	82,251	- 7.1	155,970	+ 2.9	Stations-service	10
-	-	19,872	- 5.9	19,872	- 5.9	Garages	11
x	x	x	x	58,254	+ 2.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
24,132	+ 14.9	11,348	- 0.9	35,480	+ 9.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
39,715	+ 5.9	14,475	- 11.3	54,191	+ 0.6	Magasins de vêtements pour dames	14
22,516	+ 7.2	4,737	+ 4.0	27,253	+ 6.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
4,569	- 10.7	2,487	+ 5.0	7,056	- 5.7	Magasins de chaussures spécialisées	16
17,461	+ 10.1	5,866	+ 17.6	23,327	+ 11.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	15,973	+ 24.6	Quincailleries	18
14,177	+ 9.5	11,234	+ 2.3	25,412	+ 6.2	Magasins de meubles	19
5,173	+ 30.7	9,939	+ 24.2	15,112	+ 26.4	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	26,617	+ 4.6	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires ..	21
28,592	+ 26.7	72,507	+ 11.2	101,099	+ 15.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté ..	22
8,068	+ 5.9	5,241	+ 3.2	13,309	+ 4.8	Librairies et papeteries	23
420	+ 7.9	9,485	+ 10.7	9,905	+ 10.5	Fleuristes	24
7,740	+ 13.1	11,347	+ 9.5	19,087	+ 10.9	Bijouteries	25
13,171	+ 35.3	13,905	+ 5.8	27,076	+ 18.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
24,724	+ 16.7	30,573	+ 27.9	55,297	+ 22.7	Magasins d'accessoires personnels	27
151,349	+ 7.6	153,239	+ 4.9	304,588	+ 6.2	Tous les autres magasins	28
980,406	+ 8.7	1,278,847	+ 1.3	2,259,253	+ 4.4	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 21. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Manitoba

June - 1989 - Juin

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	130,602	+ 21.1
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	22,307	+ 2.6
3	All other food stores	915	+ 6.6	5,344	+ 14.0	6,259	+ 12.9
4	Department stores	46,321	- 2.0	-	-	46,321	- 2.0
5	General merchandise stores	x	x	x	x	12,479	+ 15.9
6	General stores	x	x	x	x	19,342	+ 33.8
7	Variety stores	x	x	x	x	3,201	+ 1.9
8	Motor vehicle dealers	-	-	119,037	- 0.5	119,037	- 0.5
9	Used car dealers	-	-	4,516*	...	4,516	...
10	Service stations	14,350	+ 8.1	33,875	- 6.9	48,224	- 2.9
11	Garages	-	-	5,242*	...	5,242	...
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	12,047	+ 10.1
13	Men's clothing stores	3,727	+ 19.9	1,288	+ 7.3	5,014	+ 16.4
14	Women's clothing stores	7,424	- 7.0	1,529	- 5.3	8,953	- 6.7
15	Family clothing stores	6,297	+ 2.0	1,093	+ 19.4	7,390	+ 4.3
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	506	...
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,941	+ 9.5
18	Hardware stores	x	x	x	x	6,613	+ 25.0
19	Household furniture stores	x	x	x	x	5,973	+ 18.0
20	Household appliance stores	-	-	613*	...	613	...
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	4,028*	...	2,189	- 8.3	6,217	+ 21.5
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	18,753	+ 17.4
23	Book and stationery stores	1,807	+ 13.1	1,231	+ 29.4	3,039	+ 19.2
24	Florists	x	x	x	x	1,494	- 4.2
25	Jewellery stores	2,280	+ 10.3	1,637	+ 6.6	3,917	+ 8.7
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	8,423	- 0.4
27	Personal accessories stores	2,164	+ 4.3	3,125	- 1.8	5,289	+ 0.6
28	All other stores	23,565	+ 12.7	31,855	+ 3.8	55,420	+ 7.4
29	All stores	240,242	+ 8.8	329,892	+ 7.8	570,134	+ 8.2

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 21. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Metropolitan Winnipeg – Zone métropolitaine de Winnipeg

June - 1989 - Juin

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	84,951	+ 13.9	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	12,047	- 2.2	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	4,611	+ 9.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
42,034	- 2.2	-	-	42,034	- 2.2	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	x	x	x	x	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	63,808	- 5.5	63,808	- 5.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	2,805	+ 35.3	2,805	+ 35.3	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	28,893	- 4.7	Stations-service	10
-	-	1,447	- 1.2	1,447	- 1.2	Garages	11
x	x	x	x	8,044	+ 4.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
2,928	+ 13.8	369	- 11.9	3,298	+ 10.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
6,565	- 4.1	902	+ 2.9	7,467	- 3.3	Magasins de vêtements pour dames	14
3,780	+ 2.0	151	- 10.6	3,931	+ 1.5	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	506*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	2,265	+ 13.1	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	2,149*	...	Quincailleries	18
x	x	x	x	3,976	+ 13.7	Magasins de meubles	19
-	-	266	...	266*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	4,407	+ 25.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	11,669	+ 21.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
1,664	+ 13.3	677	...	2,341*	+ 24.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	457	- 16.9	Fleuristes	24
x	x	x	x	2,760	+ 6.5	Bijouteries	25
x	x	x	x	3,811	- 2.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
1,972	+ 22.1	2,716	- 1.2	4,689	+ 7.4	Magasins d'accessoires personnels	27
20,660	+ 14.0	21,094	+ 2.0	41,753	+ 7.6	Tous les autres magasins	28
195,007	+ 9.2	154,594	- 1.8	349,602	+ 4.0	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 22. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Saskatchewan

June - 1989 - Juin

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	84,856	+ 3.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,379	+ 0.3
3	All other food stores	331	--	3,541	- 11.0	3,872	- 10.2
4	Department stores	30,951	- 3.7	-	-	30,951	- 3.7
5	General merchandise stores	9,517	+ 1.7	1,465	+ 2.5	10,982	+ 1.8
6	General stores	9,859	- 10.3	17,910	- 13.8	27,769	- 12.6
7	Variety stores	3,416	- 8.2	287	- 5.7	3,703	- 8.0
8	Motor vehicle dealers	-	-	103,977	- 3.5	103,977	- 3.5
9	Used car dealers	-	-	2,375	+ 9.3	2,375	+ 9.3
10	Service stations	10,001*	...	35,707	+ 15.8	45,708	+ 22.0
11	Garages	-	-	3,650*	...	3,650	...
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	15,092	+ 12.2
13	Men's clothing stores	2,812	+ 16.6	2,345	+ 2.6	5,157	+ 9.8
14	Women's clothing stores	6,163	+ 3.0	2,355	+ 2.5	8,518	+ 2.9
15	Family clothing stores	5,262	+ 6.3	864	- 1.2	6,125	+ 5.1
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	320	- 1.4
17	Family shoe stores	x	x	x	x	3,039	- 0.3
18	Hardware stores	x	x	x	x	7,013	- 2.7
19	Household furniture stores	-	-	2,761	+ 3.3	2,761	+ 3.3
20	Household appliance stores	-	-	1,659	- 11.0	1,659	- 11.0
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	2,663	- 2.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	18,500	- 1.4
23	Book and stationery stores	1,011	+ 2.5	880	- 8.6	1,891	- 3.0
24	Florists	x	x	x	x	1,515	- 3.6
25	Jewellery stores	1,484	- 2.2	2,397	+ 6.6	3,881	+ 3.0
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	8,881	- 15.1
27	Personal accessories stores	1,362	+ 10.1	2,503	+ 2.5	3,865	+ 5.1
28	All other stores	23,146	- 6.7	42,640	+ 0.5	65,786	- 2.1
29	All stores	184,866	+ 3.7	309,023	- 2.3	493,889	- 0.1

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 22. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Alberta

June - 1989 - Juin

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
198,099	+ 12.3	41,955	+ 8.1	240,054	+ 11.5	Épicerie - Boucheries	1
21,100	+ 12.4	30,161	+ 9.0	51,261	+ 10.3	Épicerie, confiseries et articles divers	2
738	+ 6.1	15,080	+ 20.6	15,817	+ 19.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
122,060	+ 5.7	-	-	122,060	+ 5.7	Grands magasins	4
13,024	+ 6.1	7,010	+ 10.0	20,034	+ 7.4	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	63,512	+ 3.1	Magasins généraux	6
4,406	+ 17.9	585	+ 18.0	4,991	+ 17.9	Bazars	7
x	x	x	x	387,192	+ 7.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	6,512	...	6,512*	...	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
32,512	+ 4.0	56,935	+ 10.1	89,447	+ 7.8	Stations-service	10
x	x	x	x	8,421	+ 14.8	Garages	11
x	x	x	x	39,137	+ 4.0	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
11,613	+ 26.7	8,451	+ 1.9	20,063	+ 14.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
22,122	+ 5.9	6,070	+ 6.6	28,191	+ 6.0	Magasins de vêtements pour dames	14
18,520	+ 12.3	4,823	+ 15.3	23,344	+ 12.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
1,149	- 15.2	2,908	+ 9.4	4,057	+ 1.1	Magasins de chaussures spécialisées	16
6,695	+ 6.0	1,947	+ 12.9	8,642	+ 7.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	17,918	+ 6.6	Quincailleries	18
x	x	x	x	12,598	+ 29.8	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	8,394	+ 8.0	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	18,056*	...	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
16,786	+ 4.1	55,607	+ 11.8	72,394	+ 9.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
4,532	+ 1.0	2,613	+ 10.5	7,145	+ 4.3	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	5,461	+ 1.8	Fleuristes	24
5,666	+ 18.5	6,908	+ 7.6	12,574	+ 12.2	Bijouteries	25
6,674	+ 18.7	27,045	+ 19.8	33,719	+ 19.6	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
10,931	...	5,804	+ 10.1	16,735*	+ 26.3	Magasins d'accessoires personnels	27
92,772	+ 12.3	93,693	+ 8.2	186,465	+ 10.2	Tous les autres magasins	28
664,358	+ 9.7	859,841	+ 9.6	1,524,198	+ 9.7	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 23. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

British Columbia - Colombie-Britannique

June - 1989 - Juin

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	252,462	+ 18.8	99,061	+ 8.7	351,522	+ 15.8
2	Grocery confectionery and sundries stores	21,464	+ 6.5	50,444	+ 9.0	71,908	+ 8.2
3	All other food stores	3,589	- 7.1	26,686	+ 15.5	30,275	+ 12.2
4	Department stores	150,451	+ 6.2	-	-	150,451	+ 6.2
5	General merchandise stores	12,281	+ 6.3	7,302	+ 20.0	19,583	+ 11.0
6	General stores	x	x	x	x	13,495	+ 18.8
7	Variety stores	5,699	+ 6.1	1,064	+ 21.9	6,763	+ 8.3
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	405,137	+ 16.5
9	Used car dealers	-	-	16,350	+ 23.0	16,350	+ 23.0
10	Service stations	52,556	+ 16.0	93,586	+ 25.8	146,142	+ 22.1
11	Garages	-	-	17,382	+ 22.3	17,382	+ 22.3
12	Automotive parts and accessories stores	10,543	+ 5.9	17,972	+ 10.5	28,514	+ 8.8
13	Men's clothing stores	8,691	+ 11.8	5,018	+ 9.4	13,709	+ 10.9
14	Women's clothing stores	19,988	+ 3.9	13,513	+ 33.9	33,501	+ 14.2
15	Family clothing stores	16,326	+ 4.8	7,288	+ 11.6	23,614	+ 6.8
16	Specialty shoe stores	1,318	+ 30.1	2,001	+ 7.8	3,319	+ 15.7
17	Family shoe stores	6,188	+ 17.4	3,422	+ 12.8	9,611	+ 15.7
18	Hardware stores	x	x	x	x	14,495	+ 20.2
19	Household furniture stores	x	x	x	x	18,098	+ 21.2
20	Household appliance stores	280*	...	3,672	+ 18.0	3,952	+ 13.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	14,414	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	31,210	+ 1.3	44,395	+ 1.1	75,605	+ 1.1
23	Book and stationery stores	3,214	+ 2.4	5,142	+ 29.5	8,356	+ 17.6
24	Florists	x	x	x	x	6,027	+ 17.7
25	Jewellery stores	5,507	+ 16.4	7,934	- 4.2	13,441	+ 3.2
26	Sporting goods and accessories stores	8,125	+ 35.7	32,797	+ 31.4	40,922	+ 32.2
27	Personal accessories stores	9,025	+ 6.2	28,671*	...	37,696	+ 34.2
28	All other stores	107,907	+ 10.9	127,985	+ 18.5	235,892	+ 14.9
29	All stores	757,597	+ 12.1	1,052,578	+ 17.1	1,810,176	+ 14.9

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 23. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Metropolitan Vancouver – Zone métropolitaine de Vancouver

June - 1989 - Juin

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	155,618	+ 31.6	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	42,165	+ 6.5	Épiceries, confiseries et articles divers	2
3,022	- 6.2	15,609	+ 11.8	18,631	+ 8.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
86,313	+ 4.6	-	-	86,313	+ 4.6	Grands magasins	4
x	x	x	x	5,818	+ 13.1	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	169	- 20.1	169	- 20.1	Magasins généraux	6
x	x	x	x	700*	...	Bazars	7
x	x	x	x	232,380	+ 20.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	5,252	- 13.6	5,252	- 13.6	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
22,935	+ 12.2	31,009	+ 17.8	53,944	+ 15.4	Stations-service	10
-	-	8,857	+ 12.1	8,857	+ 12.1	Garages	11
x	x	x	x	13,382	+ 11.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
6,220	+ 8.4	2,301	+ 4.2	8,521	+ 7.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
12,338	--	9,236	+ 35.8	21,574	+ 12.7	Magasins de vêtements pour dames	14
7,134	+ 1.0	3,468	+ 7.2	10,602	+ 2.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	1,715*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	5,298	+ 15.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	4,583	+ 24.4	Quincailleries	18
4,249	+ 10.3	7,961	+ 34.0	12,210	+ 24.7	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	1,905	+ 18.2	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	9,434	+ 31.2	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	40,316	- 1.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
2,186	+ 15.4	1,704	+ 21.7	3,890	+ 18.1	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	2,798	- 3.9	Fleuristes	24
3,211	+ 8.6	5,138	- 6.1	8,349	- 1.0	Bijouteries	25
x	x	x	x	23,288*	...	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
7,054	+ 10.9	19,081	...	26,135*	...	Magasins d'accessoires personnels	27
59,672	+ 17.8	58,996	+ 28.8	118,668	+ 23.0	Tous les autres magasins	28
423,685	+ 17.2	498,829	+ 19.1	922,514	+ 18.2	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 24. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Yukon and Northwest Territories - Yukon et Territoires du Nord-Ouest

June - 1989 - Juin

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	-	-	8,133	+ 23.2	8,133	+ 23.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	-	-	1,845	+ 25.0	1,845	+ 25.0
3	All other food stores	-	-	405*	...	405	...
4	Department stores	-	-	-	-	-	-
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	x	x	x	x	12,970	+ 9.5
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	5,620	+ 17.7	5,620	+ 17.7
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	-	-	1,832	- 17.3	1,832	- 17.3
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	562	- 0.3
13	Men's clothing stores	-	-	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	-	-	94	- 5.2	94	- 5.2
15	Family clothing stores	x	x	x	x	246	- 3.8
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	-	-	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	874	+ 27.9	874	+ 27.9
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	-	-	1,578	- 3.9	1,578	- 3.9
23	Book and stationery stores	-	-	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	-	-	1,062	+ 4.0	1,062	+ 4.0
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	1,063	...
28	All other stores	x	x	x	x	4,584	+ 15.2
29	All stores	16,247	+ 8.3	29,039	+ 15.9	45,286	+ 13.1

ESTIMATIONS REVISÉES

TABEAU 24. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Canada

June - 1989 - Juin

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,660,321	+ 10.8	953,038	+ 13.3	2,613,359	+ 11.7	Épicerie - Boucheries	1
198,311	+ 8.1	555,484	+ 2.4	753,795	+ 3.8	Épicerie, confiseries et articles divers	2
28,225	+ 16.7	252,533	+ 9.2	280,759	+ 9.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,130,685	+ 6.0	-	-	1,130,685	+ 6.0	Grands magasins	4
177,144	+ 0.2	88,405	+ 25.6	265,549	+ 7.5	Magasins de marchandises diverses	5
88,760	+ 2.8	143,410	+ 13.5	232,171	+ 9.1	Magasins généraux	6
72,547	- 3.3	13,743	+ 2.5	86,290	- 2.4	Bazars	7
44,292	- 4.0	3,423,467	+ 3.7	3,467,759	+ 3.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	120,352	+ 11.9	120,352	+ 11.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
368,269	+ 12.6	836,778	+ 4.1	1,205,046	+ 6.5	Stations-service	10
x	x	x	x	178,181	+ 7.1	Garages	11
21,664	- 0.9	411,769	+ 14.4	433,433	+ 13.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
93,882	+ 15.2	69,923	+ 5.5	163,805	+ 10.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
197,415	+ 6.4	101,497	+ 11.7	298,912	+ 8.2	Magasins de vêtements pour dames	14
151,982	+ 13.9	65,108	+ 8.8	217,090	+ 12.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
16,971	+ 2.3	14,489	+ 25.3	31,460	+ 11.8	Magasins de chaussures spécialisées	16
87,286	+ 11.9	31,587	+ 6.6	118,873	+ 10.4	Magasins de chaussures pour la famille	17
29,840	+ 9.4	187,430	+ 12.9	217,269	+ 12.4	Quincailleries	18
44,478	+ 6.1	140,999	+ 5.2	185,477	+ 5.4	Magasins de meubles	19
7,077	+ 30.9	56,889	+ 4.9	63,966	+ 7.3	Magasins d'appareils ménagers	20
97,897	+ 23.0	72,806	+ 4.2	170,703	+ 14.2	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
204,224	+ 13.3	469,554	+ 10.1	673,779	+ 11.1	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
35,784	+ 9.5	44,500	+ 16.5	80,284	+ 13.3	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	60,373	+ 16.1	Fleuristes	24
44,577	+ 11.0	55,184	+ 7.8	99,761	+ 9.2	Bijouteries	25
51,954	+ 18.8	261,997	+ 4.7	313,951	+ 6.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
91,689	+ 16.9	144,164	+ 17.8	235,853	+ 17.4	Magasins d'accessoires personnels	27
879,363	+ 7.8	1,016,784	+ 12.3	1,896,147	+ 10.2	Tous les autres magasins	28
5,827,581	+ 8.9	9,767,501	+ 7.5	15,595,082	+ 8.0	Ensemble des magasins	29

Supplementary Data

Retail Trade

Données supplémentaires

Commerce de détail

TABLE 25. Retail Trade, Seasonally Adjusted, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area¹

Canada

		1989						
		January	February	March	April ^r	May ^r	June ^r	July ^p
No.		Janvier	Février	Mars	Avril ^r	Mai ^r	Juin ^r	Juillet ^p
millions of dollars – millions de dollars								
Kind of business:								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,405.7	2,382.4	2,405.8	2,417.3	2,442.5	2,458.0	2,469.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	689.3	692.3	691.2	676.2	699.8	699.8	704.5
3	All other food stores	258.9	257.9	255.5	257.8	256.7	265.5	272.5
4	Department stores	1,107.9	1,113.6	1,118.7	1,131.3	1,158.9	1,155.8	1,143.1
5	General merchandise stores	265.2	274.7	253.0	272.4	276.0	276.3	293.6
6	General stores	204.8	207.3	199.4	205.9	204.0	210.1	212.6
7	Variety stores	84.1	84.9	82.1	82.6	85.1	84.3	84.7
8	Motor vehicle dealers	3,048.9	3,058.7	3,011.0	3,130.6	3,081.9	3,024.6	2,972.0
9	Used car dealers	108.9	108.5	100.9	105.5	103.9	106.6	102.6
10	Service stations	1,062.8	1,079.9	1,097.4	1,111.0	1,131.4	1,129.1	1,132.2
11	Garages	156.2	158.6	158.3	158.9	162.1	164.0	162.9
12	Automotive parts and accessories stores	342.0	341.4	337.4	345.3	350.3	350.1	352.0
13	Men's clothing stores	144.9	145.2	142.5	147.1	149.1	154.9	147.6
14	Women's clothing stores	280.6	280.9	279.6	286.3	292.2	296.4	297.1
15	Family clothing stores	204.4	203.9	205.9	209.7	217.7	218.3	214.5
16	Specialty shoe stores	27.9	27.8	26.5	28.6	27.5	29.1	28.2
17	Family shoe stores	112.6	110.7	106.1	109.5	114.2	115.4	117.3
18	Hardware stores	164.0	165.0	158.1	166.0	167.7	169.9	167.0
19	Household furniture stores	186.1	186.4	179.6	186.4	179.4	177.4	178.4
20	Household appliance stores	59.7	56.8	57.0	60.8	60.7	60.8	61.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	144.7	148.7	148.0	154.6	155.9	162.6	149.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	655.3	657.7	673.5	661.5	668.1	676.4	679.6
23	Book and stationery stores	86.4	90.6	90.7	87.0	89.7	92.4	90.6
24	Florists	56.1	55.1	54.8	56.2	55.3	57.3	56.0
25	Jewellery stores	101.4	102.3	102.7	102.9	102.5	104.6	103.5
26	Sporting goods and accessories stores	245.0	230.9	222.3	231.5	243.6	237.8	243.3
27	Personal accessories stores	226.3	221.2	230.9	233.5	234.8	239.2	238.6
28	All other stores	1,727.7	1,701.0	1,709.8	1,755.3	1,753.1	1,769.5	1,774.6
29	TOTAL ALL STORES	14,158.0	14,144.4	14,099.2	14,371.5	14,464.1	14,486.3	14,449.7
Regions and Selected Metropolitan Areas:								
30	Newfoundland	264.2	265.5	266.9	272.9	274.1	279.5	275.3
31	Prince Edward Island	61.1	60.2	60.6	60.8	57.1	60.6	61.2
32	Nova Scotia	485.6	480.4	485.7	480.4	480.0	483.1	489.1
33	New Brunswick	358.1	351.9	359.9	360.0	360.1	360.9	368.3
34	Québec	3,481.5	3,488.7	3,475.7	3,525.9	3,553.9	3,584.5	3,592.0
35	Ontario	5,520.9	5,499.4	5,433.4	5,581.6	5,616.2	5,530.2	5,534.3
36	Manitoba	502.1	530.3	504.7	527.8	529.9	529.8	527.5
37	Saskatchewan	459.4	461.1	464.6	467.5	469.0	450.0	475.5
38	Alberta	1,370.0	1,354.6	1,377.5	1,461.1	1,424.4	1,424.6	1,424.8
39	British Columbia	1,633.4	1,638.0	1,623.9	1,679.4	1,688.7	1,711.5	1,720.2
40	Yukon and Northwest Territories	38.9	39.1	37.2	40.1	39.5	40.9	38.7
41	Montréal	1,534.1	1,553.6	1,545.2	1,562.3	1,583.4	1,568.0	1,575.2
42	Toronto	2,117.0	2,098.6	2,058.7	2,132.8	2,161.7	2,113.3	2,131.2
43	Winnipeg	327.3	337.7	324.4	334.1	337.0	332.8	334.3
44	Vancouver	839.3	835.3	837.3	861.5	864.9	881.8	876.2

¹ Each series of Table 25 excluding the "total all stores" has been adjusted separately by dividing the unadjusted series by the appropriate combined factor in Table 27. The total all stores has been derived by the summation of the seasonally adjusted kinds of business totals.

² Per cent change is calculated on data expressed in thousands of dollars.

TABLEAU 25. Commerce de détail, désaisonnalisé, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine¹

Canada						Per cent change ²			
1988						Variation procentuelle ²			
July	August	September	October	November	December	June/ May 1989	July/ June 1989		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin/ Mai 1989	Juillet/ Juin 1989		Nº
millions of dollars – millions de dollars									
Genre de commerce:									
2,319.7	2,315.3	2,328.4	2,370.8	2,326.0	2,380.1	+0.6	+0.5	Épiceries – Boucheries	1
690.2	691.1	697.5	701.4	718.8	674.8	–	+0.7	Épiceries, confiseries et articles divers	2
248.3	250.0	253.7	255.4	257.0	260.6	+3.4	+2.6	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,087.8	1,109.6	1,115.0	1,121.5	1,115.0	1,129.8	-0.3	-1.1	Grands magasins	4
261.4	247.5	260.0	264.7	261.5	267.5	+0.1	+6.2	Magasins de marchandises diverses	5
201.6	203.0	204.1	210.4	207.9	201.2	+3.0	+1.2	Magasins généraux	6
86.2	85.7	86.3	86.9	89.8	85.3	-1.0	+0.5	Bazars	7
3,007.8	2,980.4	3,077.7	2,989.6	3,066.8	3,236.5	-1.9	-1.7	Concessionnaires d'automobiles	8
97.1	107.4	104.2	104.6	107.1	109.9	+2.6	-3.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,070.2	1,057.3	1,049.8	1,054.3	1,053.1	1,072.7	-0.2	+0.3	Stations-service	10
154.4	158.1	158.1	157.0	157.9	153.9	+1.2	-0.7	Garages	11
310.7	316.9	322.0	332.2	307.9	335.5	-0.1	+0.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
143.4	140.0	146.2	146.3	143.3	147.8	+3.9	-4.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
280.6	276.0	280.9	286.6	280.5	287.7	+1.4	+0.2	Magasins de vêtements pour dames	14
201.4	197.4	202.2	207.7	202.6	209.1	+0.2	-1.7	Magasins de vêtements pour la famille	15
26.5	26.2	26.5	27.5	24.0	30.8	+5.6	-3.0	Magasins de chaussures spécialisées	16
107.6	107.1	108.3	112.7	96.6	113.6	+1.0	+1.6	Magasins de chaussures pour la famille	17
144.9	151.3	152.5	155.0	158.5	158.9	+1.3	-1.8	Quincailleries	18
171.7	171.9	168.9	165.7	179.0	177.0	-1.1	+0.5	Magasins de meubles	19
59.0	57.9	58.0	58.0	59.2	58.8	+0.2	+0.9	Magasins d'appareils ménagers	20
144.6	144.9	145.8	142.3	145.8	145.6	+4.3	-7.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
618.3	624.5	635.0	637.5	646.2	652.9	+1.2	+0.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
85.2	84.1	85.8	85.5	86.6	91.1	+3.0	-1.9	Librairies et papeteries	23
51.2	52.3	53.2	53.2	56.8	55.2	+3.6	-2.2	Fleuristes	24
96.8	99.1	102.2	103.4	101.8	103.8	+2.0	-1.1	Bijouteries	25
216.1	230.8	228.2	230.2	227.7	236.1	-2.4	+2.3	Magasins d'articles de sport et accessoires	26
205.7	208.5	216.6	220.2	233.0	227.7	+1.9	-0.3	Magasins d'accessoires personnels	27
1,660.5	1,655.7	1,653.0	1,677.2	1,654.9	1,682.9	+0.9	+0.3	Tous les autres magasins	28
13,748.8	13,750.0	13,920.3	13,958.1	13,965.2	14,286.9	+0.2	-0.3	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines:									
255.1	256.3	263.2	259.9	260.5	272.2	+2.0	-1.5	Terre-Neuve	30
57.4	59.5	59.2	59.6	60.9	60.9	+6.0	+1.0	Île-du-Prince-Édouard	31
461.3	468.1	473.6	476.3	473.9	482.2	+0.6	+1.2	Nouvelle-Écosse	32
341.8	347.3	353.1	349.6	349.3	352.2	+0.2	+2.1	Nouveau-Brunswick	33
3,531.8	3,440.3	3,491.3	3,502.1	3,454.8	3,528.6	+0.9	+0.2	Québec	34
5,269.0	5,328.8	5,327.1	5,394.1	5,348.1	5,482.5	-1.5	+0.1	Ontario	35
500.9	494.5	503.5	500.0	508.2	504.9	–	-0.4	Manitoba	36
461.4	454.2	460.7	464.9	460.3	459.7	-4.1	+5.7	Saskatchewan	37
1,333.0	1,325.8	1,337.0	1,356.7	1,365.0	1,375.0	–	–	Alberta	38
1,538.9	1,545.3	1,554.4	1,577.2	1,603.3	1,623.5	+1.3	+0.5	Colombie-Britannique	39
37.1	38.1	37.8	38.6	39.1	38.6	+3.6	-5.3	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
1,568.1	1,544.4	1,550.9	1,562.2	1,543.3	1,570.3	-1.0	+0.5	Montréal	41
2,061.9	2,079.9	2,061.0	2,088.3	2,041.1	2,107.9	-2.2	+0.8	Toronto	42
331.3	324.3	326.4	325.2	328.4	326.1	-1.3	+0.5	Winnipeg	43
784.1	787.5	792.7	806.1	817.8	829.8	+2.0	-0.6	Vancouver	44

¹ Chacune des séries du tableau 25 excluant "l'ensemble des magasins" a été ajustée individuellement en divisant la série brute par le facteur combiné approprié du tableau 27. Le total pour l'ensemble des magasins a été obtenu en additionnant les totaux désaisonnalisés de tous les genres de commerce.

² Les variations procentuelles sont calculées sur des données exprimées en milliers de dollars.

TABLE 26. Retail Trade, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area
Canada

		1989						
		January	February	March	April	May	June ^r	July ^p
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin ^r	Juillet ^p
No.		millions of dollars – millions de dollars						
Kind of business:								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,214.9	2,160.0	2,453.5	2,363.3	2,431.5	2,613.4	2,439.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	613.2	585.0	656.6	654.6	721.9	753.8	781.6
3	All other food stores	225.3	221.2	253.4	240.2	263.0	280.8	286.2
4	Department stores	738.4	734.0	967.3	1,022.1	1,131.6	1,130.7	963.8
5	General merchandise stores	210.6	205.0	240.4	244.9	264.4	265.5	247.2
6	General stores	169.4	166.5	188.3	192.7	216.1	232.2	220.0
7	Variety stores	52.1	55.1	70.3	72.5	83.8	86.3	80.4
8	Motor vehicle dealers	2,322.8	2,596.4	3,279.3	3,799.0	3,830.8	3,467.8	2,950.2
9	Used car dealers	82.3	87.2	110.2	119.5	124.7	120.4	105.4
10	Service stations	981.6	954.9	1,069.0	1,056.4	1,177.2	1,205.0	1,222.9
11	Garages	140.4	136.2	152.8	156.9	175.4	178.2	166.6
12	Automotive parts and accessories stores	237.9	206.2	266.3	337.9	421.3	433.4	370.2
13	Men's clothing stores	107.2	84.5	111.0	137.0	151.8	163.8	116.9
14	Women's clothing stores	216.9	186.7	249.8	285.2	301.3	298.9	266.8
15	Family clothing stores	146.5	126.7	175.7	198.0	213.4	217.1	185.8
16	Specialty shoe stores	24.8	19.0	22.0	28.7	29.8	31.5	26.7
17	Family shoe stores	81.5	64.8	87.7	110.9	121.1	118.9	100.6
18	Hardware stores	112.9	104.8	124.0	155.1	209.1	217.3	190.0
19	Household furniture stores	160.0	151.4	163.1	175.6	175.6	185.5	181.8
20	Household appliance stores	52.0	43.8	52.5	55.8	60.5	64.0	59.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	125.8	113.2	134.0	141.7	152.4	170.7	166.7
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	628.6	598.2	666.1	625.3	656.6	673.8	644.8
23	Book and stationery stores	74.4	75.3	80.9	69.2	75.9	80.3	75.2
24	Florists	39.9	57.4	55.9	50.9	80.9	60.4	43.9
25	Jewellery stores	64.7	66.0	71.1	77.3	92.7	99.8	87.3
26	Sporting goods and accessories stores	185.0	153.8	183.7	240.0	319.2	314.0	280.4
27	Personal accessories stores	182.7	164.9	196.9	195.9	217.7	235.9	236.3
28	All other stores	1,333.9	1,283.9	1,571.0	1,584.8	1,787.4	1,896.1	1,831.6
29	TOTAL ALL STORES	11,525.8	11,402.1	13,652.7	14,391.6	15,487.0	15,595.1	14,329.0
Regions and Selected Metropolitan Areas:								
30	Newfoundland	204.9	207.8	260.0	272.5	300.3	299.6	277.4
31	Prince Edward Island	46.1	43.8	54.7	58.5	60.3	69.6	68.5
32	Nova Scotia	390.1	378.0	469.0	477.0	502.6	514.3	491.1
33	New Brunswick	283.4	278.8	345.4	348.1	384.5	385.1	375.2
34	Québec	2,763.9	2,782.2	3,418.1	3,606.7	3,973.0	3,903.8	3,567.4
35	Ontario	4,523.2	4,418.1	5,222.8	5,516.1	5,931.3	5,979.0	5,402.3
36	Manitoba	408.9	424.4	481.1	531.2	557.7	570.1	509.6
37	Saskatchewan	377.3	370.7	439.2	467.1	492.9	493.9	470.6
38	Alberta	1,126.1	1,116.9	1,342.0	1,428.3	1,496.0	1,524.2	1,394.9
39	British Columbia	1,371.3	1,350.5	1,584.9	1,649.5	1,748.1	1,810.2	1,730.9
40	Yukon and Northwest Territories	30.7	30.9	35.4	36.7	40.4	45.3	41.1
41	Montréal	1,227.9	1,241.7	1,522.7	1,596.1	1,738.4	1,707.6	1,515.9
42	Toronto	1,783.8	1,724.3	2,020.1	2,122.2	2,259.3	2,259.3	2,023.4
43	Winnipeg	266.8	270.6	312.0	335.9	353.6	349.6	317.3
44	Vancouver	727.8	705.9	821.5	847.6	886.7	922.5	856.5

TABLEAU 26. Commerce de détail, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine

Canada

1988						Per cent change			
						Variation procentuelle			
July	August	September	October	November	December	June 1989/1988	July 1989/1988		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juin 1989/1988	Juillet 1989/1988		
millions of dollars – millions de dollars						%	%		
Genre de commerce:									
2,406.6	2,224.1	2,364.9	2,330.8	2,246.2	2,812.6	+ 11.7	+ 1.3	Épiceries – Boucheries	1
779.0	742.7	714.9	706.5	684.0	712.5	+ 3.8	+ 0.3	Épiceries, confiseries et articles divers	2
260.4	253.5	249.6	249.7	246.5	329.7	+ 9.9	+ 9.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
933.5	1,028.3	1,106.0	1,112.8	1,444.5	2,184.8	+ 6.0	+ 3.2	Grands magasins	4
217.5	227.4	276.4	301.4	362.7	359.4	+ 7.5	+ 13.6	Magasins de marchandises diverses	5
211.7	211.5	208.4	214.2	207.3	240.4	+ 9.1	+ 3.9	Magasins généraux	6
82.1	84.5	84.9	86.3	106.0	163.8	- 2.4	- 2.0	Bazars	7
3,048.1	2,955.5	2,846.0	2,990.8	2,966.5	2,604.1	+ 3.6	- 3.2	Concessionnaires d'automobiles	8
101.9	111.6	110.4	104.6	100.8	86.6	+ 11.9	+ 3.3	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,161.5	1,137.7	1,057.8	1,064.9	1,034.6	1,073.7	+ 6.5	+ 5.2	Stations-service	10
160.0	163.0	159.5	162.4	168.3	144.5	+ 7.1	+ 4.1	Garages	11
334.7	302.9	312.8	331.8	364.2	445.3	+ 13.5	+ 10.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
116.8	108.5	143.3	157.4	185.3	295.1	+ 10.9	+ 0.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
256.2	262.1	308.8	299.4	305.9	447.9	+ 8.2	+ 4.1	Magasins de vêtements pour dames	14
176.8	201.2	215.4	213.9	228.1	376.2	+ 12.3	+ 5.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
25.5	25.6	29.4	29.9	26.7	36.9	+ 11.8	+ 4.6	Magasins de chaussures spécialisées	16
93.2	102.7	120.0	127.9	121.8	164.2	+ 10.4	+ 7.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
170.0	155.8	153.5	153.9	164.1	196.1	+ 12.4	+ 11.7	Quincailleries	18
178.6	180.2	178.6	173.8	193.3	205.3	+ 5.4	+ 1.7	Magasins de meubles	19
58.8	59.0	61.1	60.4	65.1	76.4	+ 7.3	+ 1.5	Magasins d'appareils ménagers	20
161.7	152.4	151.9	147.1	156.5	177.5	+ 14.2	+ 3.1	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
592.4	616.1	627.5	635.0	642.2	845.4	+ 11.1	+ 8.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
72.3	83.6	84.9	79.3	97.4	186.2	+ 13.3	+ 3.9	Librairies et papeteries	23
41.1	44.1	46.6	46.0	48.0	84.0	+ 16.1	+ 7.0	Fleuristes	24
83.9	86.2	85.9	88.8	113.7	302.9	+ 9.2	+ 4.0	Bijouteries	25
254.6	242.5	209.8	177.0	187.8	320.6	+ 6.8	+ 10.1	Magasins d'articles de sport et accessoires	26
207.7	217.4	212.2	209.0	248.7	409.6	+ 17.4	+ 13.7	Magasins d'accessoires personnels	27
1,774.3	1,711.1	1,652.4	1,645.6	1,737.1	2,491.3	+ 10.2	+ 3.2	Tous les autres magasins	28
13,960.8	13,691.3	13,773.1	13,900.7	14,453.5	17,773.0	+ 8.0	+ 2.6	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines:									
263.7	261.6	255.8	254.0	274.7	343.8	+ 13.6	+ 5.2	Terre-Neuve	30
65.6	66.1	58.4	58.5	61.9	75.2	+ 4.5	+ 4.4	Île-du-Prince-Édouard	31
474.3	471.4	468.3	472.2	496.7	623.2	+ 7.1	+ 3.5	Nouvelle-Écosse	32
353.1	351.7	351.2	350.7	369.8	445.7	+ 7.8	+ 6.2	Nouveau-Brunswick	33
3,583.6	3,457.3	3,492.2	3,488.4	3,509.5	4,160.5	+ 6.4	- 0.4	Québec	34
5,304.8	5,212.5	5,267.8	5,358.5	5,624.8	7,075.3	+ 7.2	+ 1.8	Ontario	35
493.0	488.6	506.6	508.2	536.4	641.7	+ 8.2	+ 3.3	Manitoba	36
462.9	452.1	452.6	473.3	485.3	570.1	- 0.1	+ 1.6	Saskatchewan	37
1,332.7	1,318.6	1,329.1	1,354.1	1,426.1	1,738.4	+ 9.7	+ 4.6	Alberta	38
1,586.6	1,571.5	1,551.1	1,544.0	1,629.4	2,051.0	+ 14.9	+ 9.0	Colombie-Britannique	39
40.6	39.9	40.0	38.9	38.8	48.1	+ 13.1	+ 1.2	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
1,537.1	1,503.2	1,548.9	1,560.2	1,595.3	1,942.6	+ 2.6	- 1.3	Montréal	41
2,000.5	1,969.9	2,010.5	2,071.0	2,172.7	2,759.4	+ 4.4	+ 1.1	Toronto	42
323.2	317.5	331.9	327.9	346.5	427.2	+ 4.0	- 1.8	Winnipeg	43
785.9	770.5	786.6	794.0	836.9	1,066.9	+ 18.2	+ 8.9	Vancouver	44

TABLE 27. Retail Trade, MCD and Combined, Seasonal and Trading Day Factors

TABLEAU 27. Commerce de détail, MDC et coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux

Canada

		1989			
		MCD in July	June ^r	July ^P	August ¹
		MDC en Juillet	Juin ^r	Juillet ^P	Août ¹
Combination stores (groceries and meat) – Épiceries – Boucheries	2	106.32		98.80	99.69
Grocery, confectionery and sundries stores – Épiceries, confiseries et articles divers	2	107.71		110.94	108.84
All other food stores – Tous les autres magasins d'aliments	3	105.75		105.01	103.09
Department stores – Grands magasins	3	97.83		84.31	94.11
General merchandise stores – Magasins de marchandises diverses	5	96.09		84.22	90.35
General stores – Magasins généraux	3	110.51		103.46	105.42
Variety stores – Bazars	5	102.42		94.98	98.63
Motor vehicle dealers – Concessionnaires d'automobiles	4	114.65		99.27	99.45
Used car dealers – Vendeurs d'automobiles d'occasion	3	112.90		102.75	103.67
Service stations – Stations-service	2	106.72		108.01	107.89
Garages	3	108.62		102.26	104.06
Automotive parts and accessories stores – Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	4	123.80		105.16	97.07
Men's clothing stores – Magasins de vêtements pour hommes	4	105.78		79.20	77.33
Women's clothing stores – Magasins de vêtements pour dames	3	100.84		89.80	96.64
Family clothing stores – Magasins de vêtements pour la famille	3	99.46		86.60	103.81
Specialty shoe stores – Magasins de chaussures spécialisées	4	108.18		94.59	99.45
Family shoe stores – Magasins de chaussures pour la famille	4	103.03		85.79	98.43
Hardware stores – Quincailleries	3	127.84		113.82	103.39
Household furniture stores – Magasins de meubles	4	104.55		101.90	106.48
Household appliance stores – Magasins d'appareils ménagers	4	105.19		97.21	101.31
Furniture, TV, radio and appliance stores – Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	3	104.97		111.32	105.07
Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores – Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	2	99.61		94.87	98.81
Book and stationery stores – Librairies et papeteries	3	86.91		82.99	98.98
Florists – Fleuristes	4	105.41		78.43	83.76
Jewellery stores – Bijouteries	3	95.34		84.39	87.69
Sporting goods and accessories stores – Magasins d'articles de sport et d'accessoires	3	132.02		115.29	108.01
Personal accessories stores – Magasins d'accessoires personnels	2	98.59		99.05	105.23
All other stores – Tous les autres magasins	..	107.16		103.21	..
All stores – Total – Ensemble des magasins	..	107.65		99.16	..
Regions and Selected Metropolitan Areas – Régions et certaines zones métropolitaines:					
Newfoundland – Terre-Neuve	3	107.20		100.76	103.42
Prince Edward Island – Île-du-Prince-Édouard	3	114.89		111.96	112.35
Nova Scotia – Nouvelle-Écosse	2	106.45		100.42	101.75
New Brunswick – Nouveau-Brunswick	3	106.71		101.86	101.83
Québec	3	108.91		99.31	102.32
Ontario	3	108.11		97.62	99.22
Manitoba	3	107.61		96.60	100.03
Saskatchewan	3	109.77		98.98	101.71
Alberta	2	106.99		97.90	100.92
British Columbia – Colombie-Britannique	2	105.77		100.62	102.23
Yukon and Northwest Territories – Yukon et Territoires du Nord-Ouest	3	110.78		106.18	105.51
Montréal	3	108.91		96.24	99.91
Toronto	2	106.91		94.94	95.89
Winnipeg	3	105.06		94.93	99.01
Vancouver	2	104.62		97.75	98.93

¹ Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the Appendix VI.¹ Préviction des coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter l'Appendice VI.

TABLE 28. Retail Trade, Canada, Current and Constant Dollar Estimates, 1987-1989

TABLEAU 28. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants, 1987-1989

	Unadjusted Non désaisonnalisé					Seasonally adjusted Désaisonnalisé				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1981 dollars	Year/year per cent change	Price index	Current dollars	Month/ month per cent change	Constant 1981 dollars ¹	Month/ month per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pour- centage pour l'année	Dollars constants 1981	Variation en pour- centage pour l'année	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pour- centage pour le mois	Dollars constants 1981 ¹	Variation en pour- centage pour le mois
millions of dollars – millions de dollars										
1987:										
January – Janvier	127.7	10,271.7	+5.3	8,025.3	+1.8	127.5	11,900.2	-0.6	9,312.4	-0.9
February – Février	127.7	9,951.1	+7.6	7,773.8	+4.1	127.3	12,288.6	+3.3	9,625.9	+3.4
March – Mars	127.7	11,492.2	+8.3	8,977.9	+4.3	127.8	12,345.5	+0.5	9,634.0	+0.1
April – Avril	127.8	12,867.4	+10.6	10,043.6	+6.6	128.0	12,672.1	+2.6	9,876.5	+2.5
May – Mai	128.3	13,508.4	+6.4	10,495.7	+2.9	128.4	12,605.7	-0.5	9,791.2	-0.9
June – Juin	128.4	13,608.3	+15.1	10,563.6	+11.1	128.6	12,966.3	+2.9	10,052.4	+2.7
July – Juillet	129.7	13,278.5	+11.2	10,200.9	+6.9	129.5	12,833.6	-1.0	9,882.4	-1.7
August – Août	129.4	12,728.2	+7.3	9,805.1	+3.6	129.3	12,946.3	+0.9	9,985.7	+1.0
September – Septembre	129.0	12,616.2	+9.3	9,747.6	+5.6	129.6	13,026.7	+0.6	10,022.3	+0.4
October – Octobre	129.8	13,760.8	+12.7	10,570.7	+8.7	130.3	13,221.5	+1.5	10,116.5	+0.9
November – Novembre	130.3	13,380.1	+9.7	10,237.6	+6.1	130.5	13,262.1	+0.3	10,129.7	+0.1
December – Décembre	130.0	16,269.8	+12.4	12,477.6	+8.9	130.6	13,373.6	+0.8	10,211.1	+0.8
Year – Année	128.9	153,732.8	+9.8	118,919.3	+6.0
1988:										
January – Janvier	131.5	11,134.0	+8.4	8,443.4	+5.2	131.1	13,266.7	-0.8	10,088.6	-1.2
February – Février	131.7	10,959.4	+10.1	8,300.5	+6.8	131.5	13,161.2	-0.8	9,982.0	-1.1
March – Mars	131.6	13,177.8	+14.7	9,985.6	+11.2	131.7	13,595.2	+3.3	10,293.8	+3.1
April – Avril	131.9	13,666.3	+6.2	10,331.6	+2.9	132.1	13,404.2	-1.4	10,120.5	-1.7
May – Mai	132.2	14,267.5	+5.6	10,761.7	+2.5	132.4	13,597.3	+1.4	10,242.6	+1.2
June – Juin	132.6	14,432.9	+6.1	10,853.0	+2.7	132.7	13,555.0	-0.3	10,182.4	-0.6
July – Juillet	133.6	13,960.8	+5.1	10,417.3	+2.1	133.3	13,748.8	+1.4	10,283.1	+1.0
August – Août	133.6	13,691.3	+7.5	10,218.9	+4.2	133.7	13,750.0	--	10,254.5	-0.3
September – Septembre	133.7	13,773.1	+9.1	10,275.9	+5.4	134.2	13,920.3	+1.2	10,342.5	+0.9
October – Octobre	133.6	13,900.7	+1.0	10,377.2	-1.8	134.2	13,958.1	+0.3	10,374.6	+0.3
November – Novembre	134.6	14,453.5	+8.0	10,711.0	+4.6	134.8	13,965.2	+0.1	10,333.0	-0.4
December – Décembre	134.7	17,773.0	+9.2	13,150.2	+5.4	135.1	14,286.9	+2.3	10,545.9	+2.1
Year – Année	133.0	165,190.3	+7.5	123,826.4	+4.1
1989:										
January – Janvier	135.8	11,525.8	+3.5	8,469.3	+0.3	135.8	14,158.0	-0.9	10,426.0	-1.1
February – Février	136.8	11,402.1	+4.0	8,312.3	+0.1	136.7	14,144.4	-0.1	10,344.3	-0.8
March – Mars	137.4	13,652.7	+3.6	9,937.1	-0.5	137.3	14,099.2	-0.3	10,267.7	-0.7
April – Avril	137.9	14,391.6	+5.3	10,434.9	+1.0	138.0 ^r	14,371.5 ^r	+1.9 ^r	10,414.6 ^r	+1.4 ^r
May – Mai	139.1	15,487.0	+8.5	11,136.0	+3.5	139.2 ^r	14,464.1 ^r	+0.6 ^r	10,390.9 ^r	-0.2 ^r
June ^r – Juin ^r	140.0	15,595.1	+8.0	11,138.8	+2.6	140.0	14,486.3	+0.2	10,349.5	-0.4
July ^p – Juillet ^p	141.2	14,329.0	+2.6	10,148.1	-2.6	140.8	14,449.7	-0.3	10,264.8	-0.8
August – Août										
September – Septembre										
October – Octobre										
November – Novembre										
December – Décembre										
Year – Année										

¹ Seasonally adjusted constant dollar estimates are derived by deflating with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate. For more details, see the Appendix VI and VII.¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constant s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants. Pour plus de détails, consulter l'appendice VI et VII.

TABLE 29. Retail Trade, by Kind of Business and by Kind of Business Group, Canada

No.	Kind of business:	1989						
		January	February	March	April	May	June ^f	July ^p
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin ^f	Juillet ^p
thousands of dollars – milliers de dollars								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,214,876	2,160,005	2,453,457	2,363,263	2,431,497	2,613,359	2,439,883
2	Grocery confectionery and sundries stores	613,226	584,971	656,558	654,645	721,869	753,795	781,594
3	All other food stores	225,345	221,189	253,418	240,220	263,036	280,759	286,170
4	Food group	3,053,447	2,966,165	3,363,433	3,258,128	3,416,402	3,647,913	3,507,647
5	Department stores	738,393	733,963	967,308	1,022,150	1,131,556	1,130,685	963,791
6	General merchandise stores	210,580	204,956	240,441	244,932	264,440	265,549	247,225
7	General stores	169,355	166,505	188,337	192,746	216,102	232,171	219,951
8	Variety stores	52,104	55,150	70,262	72,474	83,802	86,290	80,446
9	General merchandise group	1,170,432	1,160,574	1,466,348	1,532,302	1,695,900	1,714,695	1,511,413
10	Men's clothing stores	107,238	84,518	110,957	137,032	151,800	163,805	116,941
11	Women's clothing stores	216,873	186,729	249,843	285,155	301,316	298,912	266,817
12	Family clothing stores	146,468	126,697	175,664	197,992	213,426	217,090	185,788
13	Specialty shoe stores	24,789	19,012	21,960	28,664	29,839	31,460	26,673
14	Family shoe stores	81,531	64,782	87,723	110,913	121,088	118,873	100,615
15	All other apparel and accessories stores	110,864	91,975	108,415	111,779	110,902	123,124	106,175
16	Apparel and accessories group	687,763	573,713	754,562	871,535	928,371	953,264	803,009
17	Hardware stores	112,923	104,782	124,028	155,142	209,108	217,269	190,042
18	Household furniture stores	159,978	151,389	163,082	175,638	175,596	185,477	181,765
19	Household appliance stores	52,030	43,809	52,481	55,756	60,524	63,966	59,660
20	Furniture, T.V., radio and appliance stores	125,790	113,153	134,001	141,720	152,353	170,703	166,711
21	Appliance repair shops	31,507	29,591	32,139	33,049	37,058	38,990	39,221
22	All other home furnishings stores	381,886	352,473	415,209	403,566	418,621	438,518	421,892
23	Hardware and home furnishings	864,114	795,197	920,940	964,871	1,053,260	1,114,923	1,059,291
24	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	628,627	598,246	666,056	625,279	656,649	673,779	644,794
25	Book and stationery stores	74,418	75,255	80,924	69,192	75,891	80,284	75,190
26	Florists	39,896	57,436	55,895	50,933	80,894	60,373	43,937
27	Jewellery stores	64,731	65,957	71,059	77,264	92,691	99,761	87,311
28	Jewellery repair shops	5,230	3,069	3,366	3,377	3,734	3,879	3,189
29	Sporting goods and accessories stores	185,001	153,835	183,750	240,002	319,168	313,951	280,449
30	Personal accessories stores	182,692	164,877	196,911	195,923	217,658	235,853	236,329
31	Alcoholic beverage stores	365,553	374,937	497,968	454,324	504,909	575,173	601,309
32	All other stores	222,796	214,135	266,775	326,161	441,979	442,199	401,180
33	Other stores group	1,768,944	1,707,747	2,022,704	2,042,455	2,393,573	2,485,252	2,373,688
34	Total excluding automotive group	7,544,700	7,203,396	8,527,987	8,669,291	9,487,506	9,916,047	9,255,048
35	Motor vehicle dealers	2,322,815	2,596,431	3,279,264	3,799,035	3,830,775	3,467,759	2,950,247
36	Used car dealers	82,330	87,230	110,164	119,519	124,681	120,352	105,381
37	Service stations	981,574	954,874	1,069,010	1,056,383	1,177,194	1,205,046	1,222,902
38	Garages	140,383	136,226	152,839	156,934	175,416	178,181	166,567
39	Automotive parts and accessories stores	237,908	206,202	266,320	337,877	421,254	433,433	370,188
40	All other automotive businesses	216,082	217,725	247,094	252,535	270,200	274,264	258,645
41	Automotive group	3,981,092	4,198,688	5,124,691	5,722,283	5,999,520	5,679,035	5,073,930
42	TOTAL ALL STORES	11,525,792	11,402,084	13,652,678	14,391,574	15,487,026	15,595,082	14,328,978

TABLEAU 29. Commerce de détail par genre de commerce et par groupes de genres de commerce, Canada

1988						Per cent change	Variation procen- tuelle	N ^o
July	August	September	October	November	December	July 1989/1988		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet 1989/1988		
thousands of dollars – milliers de dollars								
							Genre de commerce:	
2,406,650	2,224,057	2,364,938	2,330,839	2,246,242	2,812,605	+ 1.3	Épiceries – Boucheries	1
778,971	742,683	714,921	706,463	683,972	712,494	+ 0.3	Épiceries, confiseries et articles divers	2
260,397	253,479	249,551	249,729	246,514	329,664	+ 9.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
3,446,018	3,220,219	3,329,410	3,287,031	3,176,728	3,854,763	+ 1.8	Groupe de l'alimentation	4
933,522	1,028,345	1,106,044	1,112,843	1,444,476	2,184,766	+ 3.2	Grands magasins	5
217,497	227,367	276,429	301,423	362,674	359,433	+ 13.6	Magasins de marchandises diverses	6
211,678	211,486	208,443	214,248	207,331	240,424	+ 3.9	Magasins généraux	7
82,103	84,477	84,869	86,319	105,977	163,771	-2.0	Bazars	8
1,444,800	1,551,675	1,675,785	1,714,833	2,120,458	2,948,394	+ 4.6	Groupe de marchandises diverses	9
116,804	108,490	143,309	157,362	185,339	295,071	+ 0.1	Magasins de vêtements pour hommes	10
256,225	262,121	308,799	299,417	305,913	447,853	+ 4.1	Magasins de vêtements pour dames	11
176,789	201,172	215,448	213,949	228,127	376,193	+ 5.0	Magasins de vêtements pour la famille	12
25,492	25,634	29,364	29,914	26,731	36,914	+ 4.6	Magasins de chaussures spécialisées	13
93,164	102,743	120,029	127,870	121,758	164,188	+ 7.9	Magasins de chaussures pour la famille	14
103,546	114,882	121,228	135,597	150,329	186,884	+ 2.5	Autres magasins de vêtements et accessoires	15
772,020	815,042	938,177	964,109	1,018,197	1,507,103	+ 4.0	Habillement et accessoires	16
170,001	155,793	153,550	153,906	164,143	196,082	+ 11.7	Quincailleries	17
178,605	180,217	178,551	173,796	193,298	205,259	+ 1.7	Magasins de meubles	18
58,777	58,966	61,054	60,397	65,124	76,353	+ 1.5	Magasins d'appareils ménagers	19
161,651	152,395	151,855	147,149	156,458	177,532	+ 3.1	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	20
32,457	34,690	34,087	31,823	32,048	37,464	+ 20.8	Réparation d'appareils électro-ménagers	21
378,385	406,882	422,641	447,769	502,968	681,921	+ 11.5	Autres articles d'ameublement	22
979,876	988,943	1,001,738	1,014,840	1,114,039	1,374,611	+ 8.1	Groupe des quincailleries, meubles et fournitures de maison	23
592,389	616,121	627,549	635,020	642,195	845,443	+ 8.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	24
72,300	83,553	84,928	79,260	97,418	186,247	+ 3.9	Librairies et papeteries	25
41,052	44,137	46,562	45,970	48,034	84,004	+ 7.0	Fleuristes	26
83,909	86,233	85,947	88,823	113,709	302,939	+ 4.0	Bijouteries	27
2,895	2,926	3,257	2,883	3,218	5,104	+ 10.2	Ateliers de réparation de bijoux	28
254,640	242,536	209,838	176,968	187,798	320,612	+ 10.1	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	29
207,745	217,423	212,226	208,955	248,728	409,588	+ 13.7	Magasins d'accessoires personnels	30
648,181	554,976	510,614	480,082	497,536	972,547	-7.2	Magasins de boissons alcooliques	31
369,297	354,579	316,310	313,856	317,434	396,369	+ 8.6	Tous les autres magasins	32
2,272,408	2,202,484	2,097,231	2,031,817	2,156,070	3,522,853	+ 4.5	Groupe de tous les autres magasins	33
8,915,122	8,778,363	9,042,341	9,012,630	9,585,492	13,207,724	+ 3.8	Total excluant groupe de l'automobile	34
3,048,112	2,955,536	2,845,966	2,990,793	2,966,543	2,604,056	-3.2	Concessionnaires d'automobiles	35
101,930	111,641	110,425	104,601	100,758	86,575	+ 3.3	Vendeurs d'automobiles d'occasion	36
1,161,478	1,137,703	1,057,779	1,064,940	1,034,617	1,073,717	+ 5.2	Stations-service	37
159,972	162,964	159,505	162,394	168,267	144,521	+ 4.1	Garages	38
334,718	302,929	312,837	331,790	364,219	445,350	+ 10.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	39
239,493	242,179	244,256	233,595	233,565	211,047	+ 8.0	Autres commerces dans le domaine de l'automobiles	40
5,045,703	4,912,952	4,730,768	4,888,113	4,867,969	4,565,266	+ 0.6	Groupe de l'automobile	41
13,960,825	13,691,315	13,773,109	13,900,743	14,453,461	17,772,990	+ 2.6	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	42

TABLE 30. Retail Trade, by Kind of Business Group¹, 1987-1989

Yukon

TABLEAU 30. Commerce de détail, par groupes de genres de commerce¹, 1987-1989

Yukon

	Food group	General merchandise and apparel group	Automobile dealers	Automotive group	Hardware, home furnishings and other retail stores group	Total all stores	Per cent change
	Groupe d'alimentation	Groupe de magasins de marchandises diverses et de vêtements	Concessionnaires d'automobiles	Groupe d'automobiles	Groupe de quincailleries, de magasins de meubles et de tous les autres magasins de détail	Total, ensemble des magasins	Variation ² procen-tuelle
thousands of dollars – milliers de dollars							
1987:							
January – Janvier	3,310	2,033	1,302	1,130	1,937	9,712	+ 8.3
February – Février	3,155	2,176	1,680	1,147	1,964	10,122	+ 22.3
March – Mars	3,255	2,422	1,510	1,337	2,261	10,785	+ 17.4
April – Avril	3,819	2,467	1,851	1,365	2,671	12,173	+ 21.4
May – Mai	4,038	2,864	2,323	1,874	2,837	13,936	+ 21.6
June – Juin	4,272	3,002	1,829	2,297	3,482	14,882	+ 12.4
July – Juillet	5,105	3,147	2,814	2,677	3,801	17,544	+ 14.6
August – Août	4,452	3,276	2,349	2,470	3,399	15,946	+ 11.4
September – Septembre	3,651	3,009	2,189	1,851	2,970	13,670	+ 8.0
October – Octobre	3,666	3,586	1,968	1,022	2,796	13,038	+ 2.3
November – Novembre	3,386	3,771	2,466	889	2,808	13,320	+ 16.8
December – Décembre	4,188	5,068	1,627	1,060	3,990	15,933	+ 10.2
Year – Année	46,297	36,821	23,908	19,119	34,916	161,061	+ 13.4
1988:							
January – Janvier	3,694	1,953	1,878	771	2,234	10,530	+ 8.4
February – Février	2,929	2,203	1,987	824	2,111	10,054	-0.7
March – Mars	3,121	2,841	2,627	1,009	2,638	12,236	+ 13.5
April – Avril	3,399	2,734	3,277	873	2,392	12,675	+ 4.1
May – Mai	3,314	3,232	3,126	1,287	2,842	13,801	-1.0
June – Juin	3,800	3,442	2,866	1,606	3,400	15,114	+ 1.6
July – Juillet	4,289	3,468	2,388	1,816	3,571	15,532	-11.5
August – Août	3,982	3,684	3,136	1,538	3,544	15,884	-0.4
September – Septembre	3,905	3,621	2,656	1,560	3,154	14,896	+ 9.0
October – Octobre	3,907	3,798	2,171	975	2,966	13,817	+ 6.0
November – Novembre	3,660	3,850	2,273	1,032	3,198	14,013	+ 5.2
December – Décembre	4,073	5,719	1,912	909	4,611	17,224	+ 8.1
Year – Année	44,073	40,545	30,297	14,200	36,661	165,776	+ 2.9
1989:							
January – Janvier	3,331	2,226	1,629	1,108	2,780	11,074	+ 5.2
February – Février	3,353	2,274	2,250	1,023	2,298	11,198	+ 11.4
March – Mars	3,550	2,820	2,664	898	2,736	12,668	+ 3.5
April – Avril	3,520	3,045	2,975	997	2,834	13,371	+ 5.5
May – Mai	4,057	3,543	3,157	1,428	3,318	15,503	+ 12.3
June ^r – Juin ^r	5,450	3,651	3,315	1,269	3,704	17,389	+ 15.1
July ^p – Juillet ^p	4,852	3,510	2,782	1,184	3,790	16,118	+ 3.8
August – Août							
September – Septembre							
October – Octobre							
November – Novembre							
December – Décembre							
Year – Année							

¹ For composition of kind of business groups, see page 89. – Pour la composition par groupe de genres de commerce, voir la page 89.² Percentage changes shown are over-the-year changes. – Les pourcentages indiquent les variations au cours de l'année.

TABLE 31. Retail Trade, by Kind of Business Group¹, 1987-1989

Northwest Territories

TABLEAU 31. Commerce de détail, par groupes de genres de commerce¹, 1987-1989

Territoires du Nord-Ouest

	Food group	General merchandise and apparel group	Auto-mobile dealers	Auto-motive group	Hardware, home furnishings and other retail stores group	Total all stores	Per cent ² change
	Groupe d'alimentation	Groupe de magasins de marchandises diverses et de magasins de vêtements	Concessionnaires d'auto-mobiles	Groupe d'auto-mobiles	Groupe de quincailleries, de magasins de meubles et de tous les autres magasins de détail	Total, ensemble des magasins	Variation ² procen-tuelle
thousands of dollars – milliers de dollars							
1987:							
January – Janvier	3,811	8,945	1,258	710	3,524	18,248	+ 3.4
February – Février	3,547	7,865	1,354	745	3,631	17,142	-1.4
March – Mars	3,765	10,635	1,514	816	3,900	20,630	-0.1
April – Avril	4,003	9,626	1,757	755	3,901	20,042	+ 1.4
May – Mai	4,696	10,820	1,666	685	4,723	22,590	+ 8.6
June – Juin	4,584	10,257	1,899	892	4,494	22,126	+ 1.2
July – Juillet	4,709	9,638	1,866	1,072	4,685	21,970	+ 9.1
August – Août	4,246	10,088	1,321	985	4,336	20,976	+ 3.2
September – Septembre	4,264	10,255	1,109	1,084	4,267	20,979	-3.9
October – Octobre	4,401	11,849	1,206	1,094	4,690	23,240	+ 5.4
November – Novembre	3,575	10,666	1,297	999	4,792	21,329	+ 4.2
December – Décembre	4,190	13,762	1,078	976	6,409	26,415	-5.1
Year – Année	49,791	124,406	17,325	10,813	53,352	255,687	+ 2.0
1988:							
January – Janvier	3,603	8,651	1,218	1,240	3,834	18,546	+ 1.6
February – Février	3,504	8,705	1,609	1,404	3,920	19,142	+ 11.7
March – Mars	3,929	11,083	1,968	1,422	4,873	23,275	+ 12.8
April – Avril	3,746	10,350	1,359	1,211	4,184	20,850	+ 4.0
May – Mai	3,932	11,845	1,879	1,405	4,534	23,595	+ 4.4
June – Juin	4,372	11,836	1,905	1,479	5,323	24,915	+ 12.6
July – Juillet	4,124	11,644	2,569	1,691	5,033	25,061	+ 14.1
August – Août	4,007	11,219	1,895	1,909	5,020	24,050	+ 14.7
September – Septembre	4,026	11,660	2,502	1,713	5,247	25,148	+ 19.9
October – Octobre	4,165	12,434	1,651	1,680	5,149	25,079	+ 7.9
November – Novembre	3,951	12,546	1,630	1,720	4,914	24,761	+ 16.1
December – Décembre	4,713	15,762	1,565	1,592	7,253	30,885	+ 16.9
Year – Année	48,072	137,735	21,750	18,466	59,284	285,307	+ 11.6
1989:							
January – Janvier	3,781	8,982	1,441	1,774	3,635	19,613	+ 5.8
February – Février	3,533	9,364	1,082	1,598	4,175	19,752	+ 3.2
March – Mars	3,842	11,172	1,389	1,724	4,631	22,758	-2.2
April – Avril	4,096	11,844	1,536	1,340	4,524	23,340	+ 11.9
May – Mai	4,502	12,795	1,249	1,549	4,796	24,891	+ 5.5
June – Juin	4,934	13,020	2,306	1,663	5,974	27,897	+ 12.0
July ^P – Juillet ^P	4,320	11,734	1,451	1,748	5,721	24,974	-0.3
August – Août							
September – Septembre							
October – Octobre							
November – Novembre							
December – Décembre							
Year – Année							

¹ For composition of kind of business groups, see page 89. – Pour la composition par groupe de genres de commerce, voir la page 89.² Percentage changes shown are over-the-year changes. – Les pourcentages indiquent les variations au cours de l'année.

Appendix

Appendice

Appendix I

Scope of the Survey

Of the major monthly surveys conducted by Statistics Canada, the Retail Trade Survey is one of the most important, not only because of the large number of respondents who take part in the survey each month (over 17,000), but also because of its purpose and the nature of the information it yields. While the manufacturing industry for example, provides the community with a vast array of products, it is through the trade sector that all of its products are marketed, bought and sold by the various levels of the domestic economy and finally reach the Canadian consumer. The development of modern economic theories has focused mainly on the concept of (national) demand for goods and services in an effort to understand and explain the various economic relationships that make up the economic system. Moreover, in recent decades, management of national demand for the whole economy, largely based on these theories, has become a priority in the short and medium term economic policies of governments of the industrialized countries. **The current measure of retail trade is, therefore, one of the key components used by statisticians and economists to estimate consumption levels and final consumer demand,** as shown in the national accounts and the many economic indicators derived from them.

This monthly publication contains the latest results from the survey of retail sales of goods by merchants, traders, dealers and retailers operating within Canada's borders. For the purposes of this survey, industries included in retail trade are, according to the Standard Industrial Classification¹, those whose establishments are "primarily engaged in (...) buying commodities for resale to the general public for personal or household consumption and in providing related services". The estimates are broken down according to the **Classification by Kind of Business** (a refinement of the 1970 Standard Industrial Classification), by regions and for four metropolitan areas. These data are obtained from a statistical survey that combines both sampling and census procedures. Survey respondents are divided into two broad categories, **independent and chain stores**, on the basis of their structure, and then each category is surveyed to obtain their monthly sales (see Appendix II for more details).

¹ See Division J of the 1980 **Standard Industrial Classification Manual**, Catalogue 12-501E.

Appendice I

Champ de l'enquête

Des grandes enquêtes statistiques couramment administrées par Statistique Canada, l'enquête mensuelle sur le commerce de détail est l'une des plus importantes. Non seulement en raison du nombre de répondants qui à chaque mois collaborent à l'enquête (plus de 17,000 enquêtés) mais aussi par son objet et la nature de l'information qui en découle. Car si l'activité de production par exemple, permet à la collectivité de se procurer une vaste gamme de produits, c'est toutefois grâce au commerce que cette multitude de biens est transigée et échangée sur des marchés entre les différents agents économiques pour finalement parvenir jusqu'au consommateur canadien. Or le développement des théories économiques contemporaines a largement mis l'accent sur le concept de la demande (nationale) de biens et services afin de mieux comprendre et expliquer les diverses relations économiques qui articulent le système économique. Par surcroît, la gestion de la demande nationale de toute une économie, n grande partie inspirée de ces théories, est devenue au cours des dernières décennies, l'une des priorités des grandes politiques économiques de court et moyen termes des gouvernements de pays industrialisés. **La mesure courante du commerce de détail constitue par conséquent l'une des principales composantes qui permet aux statisticiens et aux économistes d'estimer le niveau de la consommation de biens et d'évaluer la demande finale des consommateurs** telle que présentée dans les comptes nationaux et les nombreux indicateurs économiques qui en sont dérivés.

Cette publication mensuelle présente donc les plus récents résultats de l'enquête sur les ventes au détail de biens par des marchands, des commerçants, des concessionnaires ou des détaillants opérant à l'intérieur des limites du territoire canadien. Aux fins de cette enquête, les industries considérées comme appartenant au commerce de détail sont, d'après la classification type des industries¹, celles dont les établis-sements ont comme "activité principale (...) l'achat de marchandises dans le but de les revendre au public pour usage personnel ou ménager et offrent des services qui s'y rattachent." Les estimations sont ventilées suivant la **Classification par genre de commerce** (une extension plus fine de la Classification des activités économiques de 1970) de même que par région ainsi que pour quatre zones métropolitaines. Ces données sont obtenues à partir d'une enquête statistique qui est l'amalgame d'un échantillonnage et d'un recensement. Suivant leur structure, les répondants à l'enquête sont divisés en deux grandes catégories, **les magasins indépendants et à succursales** et chaque catégorie est par la suite enquêtée afin d'estimer leurs ventes mensuelles respectives (voir l'appendice II pour plus de détails).

¹ Voir la division J du manuel de la **Classification type des industries**, 1980, no 12-501F au catalogue.

The information provided by this survey is not only important to the various levels of government but is equally valuable to businesses that regularly carry on or are involved in retail trade in some form. Market analysts in particular will find this publication to be of great interest. Other retail trade statistics (new motor vehicle sales, department store sales and stocks, merchandising inventories and so on) are also disseminated to the general public and published regularly in other monthly bulletins². For more information on this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

L'information fournie par cette enquête est tout aussi utile aux intervenants qui, de façon ponctuelle, opèrent ou sont impliqués d'une manière ou d'une autre dans le commerce au détail qu'aux différents paliers de gouvernements. Les analystes de marché tout spécialement, seront intéressés par le contenu de cette publication. D'autres statistiques reliées au commerce de détail (les ventes de véhicules automobiles neufs, les ventes et stocks des grands magasins, les stocks commerciaux, etc...) sont également disponibles et diffusées au grand public en plus d'être régulièrement publiées dans différents bulletins mensuels². Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquêtes statistiques de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, tél: (613) 951-9656.

² The publication entitled **Retail Trade, Historical Statistics 1972-1979** (Catalogue 63-538) not only contains historical time series, but is also a valuable source of detailed information. See the selected publications section at the back of this bulletin for other references.

² La publication intitulée **Commerce de détail, statistiques historiques, 1972-1979** (no 63-538 au catalogue) constitue une source très intéressante de renseignements détaillés en plus des séries chronologiques qui y sont présentées. Pour d'autres références, consulter la section du choix des publications à la fin du présent bulletin.

Appendix II

Definitions

"Retail Trade", for the purpose of this report, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **"retail location"**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses, which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes: retail sales through ancillary units, e.g., warehouses, head offices, etc.; sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include: trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others, proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail) and the sales and receipts of concessionaires operating within the outlet. Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes collected for remittance to a government agency are excluded.

Classification

Kind of Business¹

Estimates of retail trade are stratified by region and by kind-of-business groupings which are based on the Standard Industrial Classifications and the retail kind-of-business categories employed in the 1966 Census of Merchandising and Services. Since the monthly retail trade survey is a "location" survey, as noted above, each individual (retail) location of a firm is assigned a kind-of-business code based on its major activity (or type of commodities sold).

¹ For a detailed definition of each kind of business, see **Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979**, Catalogue 63-538.

Appendice II

Définitions

"Commerce de détail" signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **"point de vente au détail"**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires, par exemple, entrepôt, sièges sociaux, etc., ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de locations de matériel de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus, les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également; la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel et les ventes et recettes des concessions exploitées dans les points de ventes. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente perçues pour le compte d'un organisme public.

Classification

Genre de commerce¹

Les estimations relatives au commerce de détail sont stratifiées par région et par groupe de genre de commerce. Ces groupes sont fondés sur la Classification des activités économiques et les catégories de genre de commerce de détail qui ont été utilisées lors du recensement du commerce et des services de 1966. Étant donné que l'enquête mensuelle du commerce de détail est axée sur les points de vente comme on l'a indiqué ci-dessus, chaque point de vente au détail d'une entreprise se voit attribuer un code "genre de commerce" d'après son activité principale (ou le genre de marchandises vendues).

¹ Pour une définition complète de chaque genre de commerce, consulter la publication **Commerce de détail statistiques historiques 1972-1979**, no 63-538 au catalogue.

In this report, retail trade is stratified into 27 major kind-of-business groupings plus a miscellaneous category. In order to increase the usefulness of these statistics, the composition of each kind-of-business group is described at the end of the report.

Kind of Organization

The retail trade estimates, in addition to being stratified by kind-of-business groupings, are also broken down into chain and independent components. Firms are classified to the chain store component based on the following definition:

Chain store organization "an organization operating four or more retail outlets in the same kind of business, under the same legal ownership".

Any firm not meeting the above definition is automatically classified as an "independent" organization, the only exception being "department stores" which are classified in their entirety to the chain component.

Dans la présente publication, le commerce de détail est stratifié selon 27 grands groupes de genre de commerce, outre la catégorie "Marchands divers". Pour rendre ces statistiques plus utiles, nous décrivons la composition de chaque groupe de genre de commerce à la fin de la publication.

Type d'entreprise

En plus d'être stratifiées selon le genre de commerce, les estimations relatives au commerce de détail sont ventilées entre magasins à succursales et magasins indépendants. Les entreprises qui répondent à la définition suivante sont classées dans la catégorie des magasins à succursales:

Magasins à succursales "entreprise exploitant au moins quatre points de vente au détail dans un même genre de commerce, sous une même appartenance juridique".

Toute entreprise dont le schéma de structure ne concorde pas avec la définition ci-dessus est classée automatiquement dans la catégorie des magasins indépendants, la seule exception étant les "grands magasins" qui sont portés en totalité dans la catégorie des magasins à succursales.

Appendix III

Methodology

Retail trade estimates are derived from a survey of Canadian "retail locations". Businesses are first classified to the retail sector on the basis of "census value added"², which is defined in retail trade as the difference between sales and the purchase price of the goods sold in a particular period. Companies which fall into the retail sector are then further classified to specific categories of business (using the three-digit 1960 Standard Industrial Classification code) on the basis of "major activity" – the proportion of sales accounted for by each kind of business or by each type of commodity sold.

The next step in the classification procedure is to survey those businesses selected for the sample in order to obtain information on the number and activity of locations operated. Such information is required not only to determine if individual businesses, particularly multi-location businesses, qualify for treatment as "chains" (see definition Appendix II) but also to isolate retail locations from non-retail and make possible a more precise classification of each to one of more than 90 "kinds of business", which are subsequently grouped into 28 trade groups for purposes of publication.

Because this is a location-oriented survey, the scope of coverage is extended to include retail locations operated by non-retailing businesses. When it is determined that a manufacturer (for example) operates one or more retail locations, the same treatment is given as outlined above. Retail locations can be operated by businesses whose principal activity is manufacturing, wholesaling, government, construction, etc.

The design of the survey provides the facility to revise the monthly estimates to account for late responses. Each month the publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month.

The monthly retail trade estimates contained in this report are produced by means of a sample survey using methodology which differs substantially from that used for the estimates published to the end of 1974.

² For additional information, see the **1970 Standard Industrial Classification Manual**, Catalogue 12-501E, Pages 9-11.

Appendice III

Méthodologie

Les estimations du commerce de détail sont tirées d'une enquête sur les "points de vente" au détail au Canada. Les entreprises sont d'abord classées dans le secteur du commerce de détail d'après la "valeur ajoutée recensée"², qui représente dans ce secteur, la différence entre le prix de vente et le prix d'achat des biens vendus pendant une période déterminée. Les sociétés qui appartiennent au commerce de détail sont ensuite classées dans des catégories précises d'activités (code à trois chiffres de la Classification des activités économiques de 1960) d'après la "principale activité", c'est-à-dire d'après la proportion des ventes dont rend compte chaque genre de commerce ou chaque type de marchandises vendues.

L'étape suivante du travail de classification consiste à faire un relevé des entreprises échantillonnées dans le but d'obtenir des renseignements sur le nombre de points de vente et leur activité. De tels renseignements servent non seulement à déterminer si des entreprises particulières, notamment les entreprises à points de vente multiples, peuvent être considérées comme des "magasins à succursales" (voir définition Appendice II), mais aussi à distinguer les points de vente au détail des autres types de points de vente et d'ainsi assurer un classement plus précis de chacun d'eux parmi plus de 90 genres de commerce. Subséquemment, ces genres de commerce sont agrégés en 28 groupes pour fins de publication.

L'enquête étant axée sur les points de vente, le champ d'enquête a été étendu aux points de vente au détail exploités par des entreprises autres que des magasins de détail. Lorsqu'on a établi, par exemple, qu'un fabricant exploite un ou plusieurs locaux de vente au détail, on procède de la même façon qu'indiquée ci-dessus. Des locaux de vente au détail peuvent être exploités par des entreprises dont l'activité principale est la fabrication, le commerce de gros, l'administration publique, la construction, etc.

Le système supportant l'enquête permet la révision des estimations mensuelles afin de tenir compte des réponses tardives. La publication mensuelle fournira donc des données provisoires pour le mois en cours et des données révisées pour le mois précédent.

On établit les estimations mensuelles relatives au commerce de détail que renferme la présente publication au moyen d'une enquête par sondage dont la méthodologie diffère sensiblement de celle utilisée pour les estimations qui ont paru jusqu'à la fin de 1974.

² Pour de plus amples renseignements, voir le manuel de la **Classification des activités économiques, 1970**, no 12-501F au catalogue, pages 9-11.

The new methodology was primarily developed because, after 1969, there was no adequate source of information available to update the independent portion of the old sample to account for firms coming into existence (births) and/or going out of business (deaths). The levels established by the new sample indicate there was a downward bias in the old sample which had grown to about 4% in 1974. Even so, the monthly trends are relatively consistent between the old and new samples.

Sample

A Revenue Canada (Taxation) list, supplemented by chain and department store lists and an area file list, comprises the universe for this survey. A sample of approximately 16,000 independent firms, stratified by region³ and by the Standard Industrial Classification code has been selected from this universe and surveyed in order to verify the kind of business of each firm. Estimates are then produced monthly, stratified by trade group and region.

The method used for the estimation of total retail sales is one in which **each** sampled unit's reported data is inflated to universe levels by multiplying the reported data of the sampled unit by the inverse of the probability of selection for the unit. For firms which do not respond on time⁴ in a particular month, an estimate is imputed using a statistical technique which employs a number of components such as: cell averages, last month's sales, other trends, etc. Consequently each firm in the sample must have an individual estimate of sales.

The results of the survey are not linked to census results. Instead, the estimates derived in the course of the survey will be compared with census data in order to determine the cause of any differences which may be found to exist between the two levels. Based on these findings, revisions will then be made to compensate for any errors or discrepancies discovered (such as in coding of firms to erroneous kinds of business codes, over-estimation in particular cells, etc.).

³ The metropolitan areas of Montréal, Toronto, Winnipeg and Vancouver are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

⁴ Late responses are included in revised estimates.

Cette nouvelle méthodologie fut principalement mise en application parce qu'il n'existait plus de source adéquate de renseignements disponibles, après 1969, pour mettre à jour la partie indépendante de l'ancien échantillon pour tenir compte des nouvelles entreprises (créations) et (ou) de celles qui fermaient leurs portes (disparitions). Le niveau des ventes déterminé par le nouvel échantillon démontre qu'il y avait un certain degré de sous-estimation, laquelle sous-estimation avait atteint 4% en 1974. Néanmoins les tendances mensuelles mesurées par l'ancien ainsi que par le nouvel échantillon sont passablement similaires.

Échantillon

La liste de Revenu Canada (Impôt) a été complétée par la liste des magasins à succursales ainsi que des grands magasins et par une liste de fichier aréolaire pour reconstituer l'univers de cette enquête. Un échantillon d'environ 16,000 entreprises indépendantes, stratifié par région³ et selon le schéma de codage de la Classification des activités économiques, a été prélevé sur cet univers et a fait l'objet d'une enquête en vue de déterminer le genre d'activité de chaque entreprise. Des estimations sont ensuite établies tous les mois et stratifiées selon le groupe de commerce et la région.

La méthode d'estimation des ventes totales au détail consiste à gonfler les données déclarées par **chaque** unité échantillonnée aux dimensions de l'univers en multipliant les données de l'unité par l'inverse de la probabilité de choix de l'unité. Dans le cas des entreprises non déclarantes à temps⁴ un mois donné, on procède à une imputation à l'aide d'une méthode statistique qui fait intervenir divers éléments comme les moyennes de cellule, les ventes du dernier mois, d'autres tendances, etc. Ainsi, il doit y avoir une estimation des ventes pour chaque entreprise échantillonnée.

Les résultats de l'enquête ne sont pas raccordés à ceux du recensement. Une étude comparative entre les estimations obtenues dans le cadre de cette enquête ainsi que celles obtenues lors d'un recensement sera effectuée afin de déterminer la cause de tout écart entre les deux niveaux, ce qui nous permettra de rectifier les statistiques et de compenser les erreurs ou les divergences relevées (comme un classement erroné selon le genre de commerce, une surestimation dans des cellules particulières, etc.).

³ Les zones métropolitaines de Montréal, de Toronto, de Winnipeg et de Vancouver correspondent aux zones métropolitaines du recensement de 1971.

⁴ Les déclarations tardives sont toujours considérées dans le calcul des estimations révisées.

Appendix IV

Components of the Survey Universe

The universe used for this survey is composed of two basic parts: a master file list (including chain and department store components) and an area file list. These components provide an adequate representation of the retail trade universe.

The Survey Master File

The survey master file is based on a series of profiles developed from the retail store portion of the Revenue Canada (Taxation) master file and is stratified by region and by Standard Industrial Classification code. This component is a list of all retail businesses having a payroll deduction account number (i.e., having employees for whom payroll deductions are made). It is updated monthly for new firms coming into business, for firms going out of business and, in the case of existing firms, for any changes in name, address or nature (kind) of business. These updates originate from both Revenue Canada (Taxation) and from Statistics Canada survey sources. As these updates are received, firms going out of business are dropped from the sample and a sample of births is selected from among new firms which have gone into business, thus providing a monthly birth/death adjustment.

Records on the survey master file are sampled using a given probability of selection determined by geographical location, Standard Industrial Classification code and cell size. To create the original sample file, the complete survey master file was sampled. Since that time, only the births have been sampled each month.

Chain and Department Store Component

The chain and department store list is a sub-set of the survey master file component. The businesses on this list are those which have been identified (from Statistics Canada sources) as chains or department stores and which have been sampled with certainty (i.e., each business is surveyed). This component, as well as being updated monthly using Revenue Canada information, is also updated annually. The annual updates are based primarily on returns obtained in the course of the Annual Chain and Department Store Survey, as well as on information derived from other sources such as trade magazines, etc.

Appendice IV

Éléments de l'univers de l'enquête

L'univers de l'enquête comprend deux éléments fondamentaux: une liste de fichier principal (y compris les éléments magasins à succursales et grands magasins) et une liste de fichier aréolaire. Ces éléments représentent de manière adéquate l'univers du commerce de détail.

Fichier principal de l'enquête

Le fichier principal de l'enquête du commerce de vente au détail est fondé sur une série de profils tirés de la fraction du fichier principal de Revenu Canada (Impôt) se rapportant aux commerces de vente au détail et est stratifié par région et selon le schéma de codage de la Classification des activités économiques. Cet élément du fichier est une liste de toutes les entreprises de vente au détail qui ont un numéro de compte de retenues sur la paye (entreprises ayant des salariés à l'égard desquels des déductions sont faites aux fins de l'impôt). Cette liste est mise à jour tous les mois; il s'agit de prendre en compte la création de nouvelles entreprises, la disparition d'entreprises et dans le cas d'entreprises existantes, tous les changements de nom, d'adresse ou de genre de commerce. Ces mises à jour s'appuient sur des enquêtes de Revenu Canada (Impôt) et de Statistique Canada. Dès que l'on dispose de ces mises à jour, les entreprises qui cessent toute activité sont éliminées de l'échantillon et un échantillon de créations est prélevé sur les nouvelles entreprises, ce qui permet un ajustement mensuel en fonction des créations et des disparitions.

Des enregistrements du fichier principal de l'enquête sont échantillonnés d'après une probabilité donnée de sélection déterminée par le lieu d'exploitation, le schéma de codage de la Classification des activités économiques et la taille des cellules. Lors de la constitution du fichier de l'échantillon initial, la sélection a porté sur tout le fichier principal de l'enquête. Depuis lors, seules les créations ont fait l'objet d'un échantillonnage tous les mois.

Élément magasins à succursales et grands magasins

La liste des magasins à succursales et des grands magasins constitue un sous-ensemble de l'élément fichier principal de l'enquête. Les établissements commerciaux figurant sur cette liste sont ceux qui ont été identifiés (d'après les documents de Statistique Canada) comme magasins à succursales et grands magasins et qui ont été échantillonnés avec certitude (chaque entreprise fait partie de l'échantillon). Cet élément, qui est mis à jour tous les mois d'après les données de Revenu Canada, fait également l'objet d'une mise à jour annuelle. Ces dernières mises à jour sont fondées principalement sur les déclarations obtenues dans le cadre de l'enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins, ainsi que sur des renseignements puisés à d'autres sources comme les revues portant sur le commerce, etc.

Area File Component

The purpose of the area file, essentially, is to supplement the sample frame. This additional input has two uses:

to provide an estimate for firms which do not appear on the survey master file (i.e., having no employees for whom tax deductions are made);

to compensate for the time lag involved in obtaining a birth adjustment through the survey master file.

The area file was derived by selecting a number of areas in Canada (as defined by the Labour Force Survey), covering all regions with the exception of the Yukon and Northwest Territories. To create the area file portion of the sample frame, the selected areas were completely enumerated by field representatives and an area file composed of all businesses in the selected areas was created. This file was then matched against the survey master file to determine which firms were present on both files. For those firms which appeared on both files, the universe was represented by the sample of firms derived from the survey master file. All unmatched firms (on the area file) automatically became part of the sample file. Every month since the original enumeration, one twelfth of the selected areas have been completely re-enumerated in order to locate any new firms which may have come into existence during the preceding year. These new firms are then matched against the entire survey master file. Similarly, all new businesses which have been added to the survey master file from the Revenue Canada (Taxation) updates are matched each month against the entire area file. Once it has been determined that firms are on both files, they are removed from the area file and given a chance of selection on the survey master file. The remaining unmatched firms on the area file are included in the sample.

Élément fichier géographique (aréolaire)

Le but premier du fichier géographique est de compléter la base de l'échantillon. Cet élément supplémentaire permet:

d'établir une estimation visant les entreprises qui ne figurent pas dans le fichier principal de l'enquête (entreprises ne comptant aucun salarié pour lequel on procède à des déductions aux fins de l'impôt);

de compenser le "retard" d'obtention des ajustements en fonction des créations au moyen du fichier principal de l'enquête.

On a constitué le fichier géographique en choisissant un certain nombre de secteurs géographiques au Canada (à l'aide de données de l'enquête sur la population active) de façon à couvrir tout le territoire canadien à l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest. Les secteurs choisis ont ensuite été entièrement dénombrés par des représentants régionaux et on a ainsi obtenu un fichier géographique comprenant tous les établissements commerciaux de ces secteurs. On a comparé ce fichier au fichier principal de l'enquête pour déterminer quelles entreprises figuraient dans les deux fichiers. Pour ce qui est de ces entreprises, l'univers a été représenté par l'échantillon d'entreprises prélevé sur le fichier principal de l'enquête. Toutes les entreprises sans pendant (dans le fichier aréolaire) ont été automatiquement incorporées au fichier de l'échantillon. Tous les mois depuis le premier dénombrement, un douzième des régions choisies a fait l'objet d'un autre dénombrement complet visant à déterminer quelles nouvelles entreprises ont vu le jour au cours de l'année précédente. Ces nouvelles entreprises sont ensuite réappariées avec le fichier principal de l'enquête. De la même façon toutes les nouvelles entreprises ajoutées au fichier principal de l'enquête au moyen de mises à jour tirées du fichier de Revenu Canada (Impôt) sont réappariées chaque mois avec le fichier géographique. Les entreprises pour lesquelles on a trouvé un pendant au cours des deux processus de comparaison précédemment décrits sont radiées du fichier géographique et demeurent sur le fichier principal de l'enquête où elles ont une probabilité d'être choisies. Le reste des entreprises du fichier géographique pour lesquelles on n'a pas trouvé un pendant sont inclus dans l'échantillon.

Appendix V

Data Reliability

The statistics in this publication are estimates derived from a sample survey and, as such, can be subject to errors. The following material is provided to assist the reader in the interpretation of the estimates published.

Sampling and Non-sampling Errors

Estimates derived from a sample survey are subject to a number of kinds of errors. These errors can be broken down into two major types: sampling and non-sampling.

Sampling Errors

Sampling errors are present because observations are made only on a sample and not on the entire population. The sampling error depends on factors such as the size of the sample, variability in the population, sampling design and method of estimation. For example, for a given sample size, the sampling error will depend on the stratification procedure employed, allocation of the sample, choice of the sampling units and method of selection. (Further, even for the same sampling design, we can make different calculations to arrive at the most efficient estimation procedure.)

In sample surveys, since inference is made about the entire population covered by the survey on the basis of data obtained from only a part of the population, the results are likely to be different than if a complete census was taken under the same general survey conditions. The most important feature of probability sampling is that the sampling error can be measured from the sample itself.

Non-sampling Errors

These errors are present whether a sample or a complete census of the population is taken. Non-sampling errors can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses.

Appendice V

Fiabilité des données

Ce bulletin présente des estimations fondées sur une enquête par échantillonnage qui risquent, par conséquent, d'être entachées d'erreurs. La section qui suit vise à faciliter, pour le lecteur, l'interprétation des estimations qui sont publiées.

Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs

Les estimations établies sur la base d'une enquête par échantillonnage sont sujettes à différents types d'erreurs. On les regroupe en deux grandes catégories: les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

Erreurs d'échantillonnage

Ce genre d'erreur existe parce que les observations portent uniquement sur un échantillon, et non sur l'ensemble de la population. L'erreur dépend de facteurs tels que la taille de l'échantillon, la variabilité de la population, le plan de sondage et la méthode d'estimation. Pour une taille donnée d'échantillon, par exemple, l'erreur d'échantillonnage sera fonction de la méthode de stratification adoptée, de l'attribution de l'échantillon, du choix des unités sondées et de la méthode de sélection. (On peut même, dans le cadre d'un seul plan de sondage, effectuer plusieurs calculs pour arriver à la méthode d'estimation la plus efficace.)

Comme, dans une enquête par échantillonnage, on tire des conclusions sur l'ensemble d'une population à partir des données concernant une partie seulement, les résultats seront probablement différents de ceux qu'on aurait obtenus en recensant toute la population dans les mêmes conditions. La principale caractéristique des sondages probabilistes, c'est que l'erreur d'échantillonnage peut être directement mesurée à partir de l'échantillon.

Erreurs non liées à l'échantillonnage

Ces erreurs se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur peut résulter d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre, dans l'explication des questions ou dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some may be unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally decreases with increases in the response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control at the level at which their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication, all attempts have been made to minimize the non-sampling errors; units have been defined in a most precise manner and the most up-to-date listings have been used; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations (interviewers have been instructed to ask the questions as printed on the questionnaires); detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Measures of Sampling and Non-sampling Errors

Sampling Error Measures

The sample used in this survey is one of a large number of all possible samples of the same size that could have been selected using the same sample design under the same general conditions. If it was possible that each one of these samples could be surveyed under essentially the same conditions, with an estimate calculated from each sample, it would be expected that the sample estimates would differ from each other. The average estimate derived from all these possible sample estimates is termed the **expected value**. The expected value can also be expressed as the value which would be obtained if a census enumeration was taken under identical conditions of collection and processing. An estimate calculated from a sample survey is said to be **precise** if it is near the expected value.

Sample estimates may differ from this expected value of the estimates. However, since the estimate is based on a probability sample, the variability of the sample estimate with respect to its expected value can be measured. The **variance** of estimate is a measure of the precision of the sample estimate and is defined as the average, over all possible samples, of the squared difference of the estimate from its expected value.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables ou encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas avec précision l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure que diminue le taux de réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation, etc.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. De plus, il faut les cerner à un niveau où elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. Quant aux estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser les erreurs non liées à l'échantillonnage. Ainsi, les unités ont été définies avec beaucoup de précision, au moyen des listes les plus à jour; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum les différentes interprétations possibles (on a demandé aux interviewers de poser les questions telles qu'elles figurent aux questionnaires); les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage

Erreur d'échantillonnage

L'échantillon utilisé aux fins de la présente enquête est un des nombreux échantillons de même taille qui auraient pu être choisis selon le même plan et les mêmes conditions. Si chaque échantillon pouvait faire l'objet d'une enquête menée essentiellement dans les mêmes conditions, il faudrait s'attendre à ce que l'estimation calculée varie d'un échantillon à l'autre. On nomme **valeur probable** l'estimation moyenne obtenue de tous les échantillons possibles. Autrement dit, la valeur probable est celle qu'on obtiendrait en recensant toute la population dans des conditions identiques de collecte et de traitement. Une estimation calculée à partir d'une enquête par échantillonnage est dite **précise** lorsqu'elle s'approche de la valeur probable.

Or, les estimations fondées sur un échantillon peuvent ne pas correspondre à la valeur probable. Cependant, comme les estimations proviennent d'un échantillon probabiliste, il est possible d'en mesurer la variabilité par rapport à leur valeur probable. Ainsi, la **variance** d'une estimation, qui en mesure la précision, se définit comme la moyenne, parmi tous les échantillons possibles, des carrés de la différence entre l'estimation et la valeur probable.

Once the sample estimate and the variance of the sample estimate are derived, other measures of precision can be calculated. For example, the **standard error**, defined as the square root of the variance, is a measure of the sampling error in the same units as the estimate (e.g., dollars). The standard error is a measure of precision in absolute terms. The **coefficient of variation**, defined as the standard error divided by the sample estimate, is a measure of precision in relative terms. For comparison purposes one may more readily compare the sampling error of one estimate to the sampling error of another estimate through the use of the coefficient of variation.

The measure of sampling error shown in this publication under Text Table I, "Measures of Reliability", is the coefficient of variation.

The formula used to calculate the published coefficient of variation in Text Table I is:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{x}$$

Where X = the estimate
S(X) = the standard deviation of X

The percentage error (PE) of X will be:

$$PE(X) = CV(X) \times 100\%.$$

For example, an estimate X = \$8,000,000 with a standard deviation S(X) = \$400,000 has a coefficient of variation of .05 and assuming a normal distribution we can say; "the probability is approximately 68% that the actual percentage error in the \$8,000,000 estimate is less than 5%".

Une fois qu'on a calculé l'estimation et sa variance, il devient possible de mesurer la précision autrement. Par exemple, l'**erreur-type**, soit la racine carrée de la variance, mesure l'erreur d'échantillonnage dans la même unité que l'estimation (en dollars, notamment). Autrement dit, l'erreur-type mesure la précision en termes absolus. Par contre, le **coefficient de variation**, c'est-à-dire l'erreur-type divisée par l'estimation, mesure la précision en termes relatifs. Ainsi, l'emploi du coefficient de variation facilite la comparaison de l'erreur d'échantillonnage de deux estimations.

C'est le coefficient de variation qui sert à évaluer l'erreur d'échantillonnage au tableau explicatif I "Mesure de la fiabilité".

Voici la formule utilisée pour calculer les coefficients de variation du tableau explicatif I:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{x}$$

dans laquelle X est l'estimation
S(X) est l'écart-type de X

L'erreur de X en pourcentage (PE) correspondra à:

$$PE(X) = CV(X) \times 100 \%.$$

Par exemple, le coefficient de variation d'une estimation X = \$8,000,000 où l'écart-type S(X) atteint \$400,000 correspond à .05; si l'on suppose une distribution normale, on peut affirmer qu'il existe une probabilité d'environ 68% que l'estimation de \$8,000,000 comporte un pourcentage réel d'erreur inférieur à 5%.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, by Kind of Business and by Region, July 1989 Preliminary, June 1989 Revised

No.		Response rate			
		Taux de réponse			
		Chain stores		Independent stores	
		Magasins à succursales		Magasins indépendants	
		Preliminary estimate	Revised estimate	Preliminary estimate	Revised estimate
		Estimation préliminaire	Estimation révisée	Estimation préliminaire	Estimation révisée
per cent - pourcentage					
Kind of business:					
1	Combination stores (groceries and meat)	70.8	87.6	67.2	77.9
2	Grocery, confectionery and sundries stores	61.5	84.6	55.9	67.4
3	All other food stores	85.9	87.2	52.4	63.0
4	Department stores	100.0	100.0	-	-
5	General merchandise stores	76.6	90.6	66.5	68.3
6	General stores	84.2	78.9	69.8	73.9
7	Variety stores	56.4	85.5	63.8	74.1
8	Motor vehicle dealers	83.3	83.3	71.9	82.0
9	Used car dealers	-	-	58.3	68.6
10	Service stations	49.3	66.4	59.6	71.8
11	Garages	100.0	100.0	62.8	76.0
12	Automotive parts and accessories stores	30.0	70.0	72.8	80.8
13	Men's clothing stores	83.1	86.9	70.2	75.8
14	Women's clothing stores	66.6	77.2	61.7	72.0
15	Family clothing stores	77.4	85.0	62.8	72.3
16	Specialty shoe stores	65.0	86.2	64.7	76.5
17	Family shoe stores	68.9	81.4	72.4	83.9
18	Hardware stores	56.2	56.2	74.1	80.6
19	Household furniture stores	74.1	81.5	66.2	73.7
20	Household appliance stores	70.6	76.5	62.8	72.8
21	Furniture, TV, radio and appliance stores	64.3	97.6	83.8	87.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	66.1	66.9	72.8	79.8
23	Book and stationery stores	77.7	83.0	64.1	74.9
24	Florists	75.0	68.7	59.6	72.9
25	Jewellery stores	71.7	74.6	62.5	74.1
26	Sporting goods and accessories stores	86.8	85.3	63.0	72.8
27	Personal accessories stores	70.7	79.7	61.5	72.6
28	All other stores	67.6	69.7	62.0	72.6
29	TOTAL, ALL STORES	70.4	78.6	64.4	74.3
Regions and selected metropolitan areas					
30	Newfoundland	76.5	85.7	64.0	71.1
31	Prince Edward Island	77.3	86.4	56.1	68.6
32	Nova Scotia	78.2	84.0	65.2	72.9
33	New Brunswick	74.8	79.0	63.2	74.0
34	Québec	70.4	79.8	72.0	79.0
35	Ontario	67.9	75.5	63.1	75.0
36	Manitoba	70.1	78.1	63.6	71.9
37	Saskatchewan	70.6	80.6	60.5	72.1
38	Alberta	69.4	76.7	58.7	71.6
39	British Columbia	70.0	79.2	61.9	73.5
40	Yukon and Northwest Territories	78.6	85.7	51.9	57.4
41	Montréal	69.8	80.0	68.8	77.0
42	Toronto	66.8	73.8	60.7	73.7
43	Winnipeg	68.4	75.0	63.4	72.8
44	Vancouver	70.5	80.8	60.9	73.0

**TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, selon le genre de commerce et la région, juillet 1989
préliminaire, juin 1989 révisé**

Response fraction Fraction de réponse				Coefficient of variation, preliminary estimate	Genre de commerce:	No
Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		Coefficient de variation, estimation préliminaire		
Preliminary estimate	Revised estimate	Preliminary estimate	Revised estimate			
Estimation préliminaire	Estimation révisée	Estimation préliminaire	Estimation révisée			
per cent – pourcentage						
91.8	94.9	75.5	83.7	.018	Épiceries – Boucheries	1
70.9	95.3	59.8	70.0	.053	Épiceries, confiseries et articles divers	2
50.0	75.8	59.4	66.4	.087	Tous les autres magasins d'aliments	3
100.0	100.0	–	–	–	Grands magasins	4
97.6	98.1	78.6	85.1	.055	Magasins de marchandises diverses	5
95.3	48.1	69.9	75.5	.010	Magasins généraux	6
49.8	98.2	76.1	81.2	.004	Bazars	7
91.8	90.5	73.8	86.9	.025	Concessionnaires d'automobiles	8
–	–	64.5	74.1	.083	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
69.7	76.0	65.1	77.8	.036	Stations-service	10
100.0	100.0	74.4	88.1	.013	Garages	11
68.6	95.4	80.9	87.8	.075	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
92.3	95.5	73.3	83.5	.015	Magasins de vêtements pour hommes	13
72.7	79.9	66.9	73.9	.005	Magasins de vêtements pour dames	14
86.8	94.0	72.0	85.9	.021	Magasins de vêtements pour la famille	15
58.2	93.0	71.2	78.4	.014	Magasins de chaussures spécialisées	16
71.4	85.0	74.0	87.0	.059	Magasins de chaussures pour la famille	17
83.7	83.6	84.6	89.0	.045	Quincailleries	18
92.3	95.2	74.9	83.8	.038	Magasins de meubles	19
72.4	91.9	75.1	83.4	.097	Magasins d'appareils ménagers	20
57.3	99.5	94.3	95.5	.012	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
56.1	60.9	76.9	84.0	.003	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
66.3	72.0	69.2	85.6	.032	Librairies et papeteries	23
66.0	71.3	67.3	77.1	.138	Fleuristes	24
91.9	95.4	64.5	81.3	.076	Bijouteries	25
96.6	96.3	70.4	79.3	.041	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
81.9	85.2	68.5	82.2	.002	Magasins d'accessoires personnels	27
93.0	95.0	66.8	75.5	...	Tous les autres magasins	28
87.2	91.9	71.4	82.2	.009	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines						
84.1	94.2	72.4	77.4	.024	Terre-Neuve	30
92.8	95.1	73.6	80.4	.022	Île-du-Prince-Édouard	31
94.3	96.9	69.5	81.2	.042	Nouvelle-Écosse	32
94.2	96.8	67.5	78.3	.038	Nouveau-Brunswick	33
81.7	91.0	75.0	83.5	.019	Québec	34
86.8	91.6	71.5	83.5	.013	Ontario	35
91.9	96.0	74.7	84.5	.023	Manitoba	36
91.3	94.9	72.0	80.0	.032	Saskatchewan	37
89.4	88.3	68.2	81.2	.013	Alberta	38
88.2	92.3	64.6	77.6	.029	Colombie-Britannique	39
94.2	99.3	60.7	65.5	.037	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
85.3	93.0	75.5	84.5	.031	Montréal	41
84.1	88.3	67.8	81.0	.024	Toronto	42
91.8	95.5	77.1	86.3	.020	Winnipeg	43
87.3	91.8	64.9	77.6	.027	Vancouver	44

Non-sampling Error Measures

The exact population value is aimed at or desired by both a sample survey as well as a census. We say the estimate is **accurate** if it is near this value. Although this value is desired, we cannot assume that the exact value of every unit in the population or sample can be obtained and processed without error. Any difference between the expected value and the exact population value is termed the **bias**. Systematic biases in the data cannot be measured by the probability measures of sampling error as previously described. The accuracy of a survey estimate is determined by the joint effect of sampling and non-sampling errors.

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors two response measures are given in Text Table I. The **response rate** is a measure of the proportion of those sample units which have responded in time for inclusion in the estimates. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the sales estimate which is based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered since the response fraction is more representative of the situation.

Erreur non liée à l'échantillonnage

L'enquête par échantillonnage et le recensement cherchent tous deux à déterminer la valeur exacte de l'ensemble. L'estimation est dite **précise** si elle se rapproche de cette valeur. Bien qu'il s'agisse d'une valeur souhaitable, il n'est pas réaliste de supposer que la valeur exacte de chaque unité de l'ensemble ou de l'échantillon peut être obtenue et traitée sans erreur. La différence entre la valeur probable et la valeur exacte de l'ensemble s'appelle le **biais**. On ne peut calculer les biais systématiques des données en recourant aux mesures de probabilité de l'erreur d'échantillonnage décrites plus haut. La précision d'une estimation est déterminée par l'effet conjugué des erreurs d'échantillonnage et des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Une source d'erreur non liées à l'échantillonnage, est l'erreur dû à la non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse afin d'aider l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** est la proportion des unités de l'échantillon qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans l'estimation. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion de l'estimation de l'échantillon qui est fondée sur des données déclarées. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant un échantillon de 20 unités dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités déclarantes représentent \$8 millions sur l'estimation globale de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Dans un tel cas, le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation; il faudrait donc tenir compte des deux unités de mesure, puisque la fraction de réponse est la plus représentative de la situation.

Appendix VI

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time"⁵. In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular fluctuations. These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a significant impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method⁶ to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of estimated raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily a ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times (see Table 27). These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, executed every month. This permits the updating each month of the reference series from which are derived the final estimations of the seasonal factors with the current month's unadjusted data as well as the previous month's revised unadjusted data.

⁵ "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canada Statistical Review*, August 1974.

⁶ For further information see the *X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

Appendice VI

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"⁵. L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI⁶ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter les estimations d'une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et rétrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressif à moyennes mobiles intégrés) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle, et estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (voir tableau 27). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales sont exécutées à chaque mois. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles qui se réfèrent au mois courant et aux données révisées du mois précédent.

⁵ La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, août 1974.

⁶ Pour de plus amples informations voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, no 12-564F au catalogue, hors série.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, users should examine several months of the seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided (see Table 27). The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percentage change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly, small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 28 individually seasonally adjusted kinds of business. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly"⁷. Also in March 1984, the **end-point seasonal adjustment** method was adopted. For the period March 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to March 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

Constant Dollar Seasonally Adjusted Estimates⁸

Commencing with the March 1986 issue, seasonally adjusted constant dollar estimates, as shown in Table 28, are obtained by deflating the current dollar seasonally adjusted data by an implicit price index supplied by the Income and Expenditure Accounts Division. Up to February 1986 issue, the total constant dollar seasonally adjusted estimates were derived by employing the direct seasonal adjustment method.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC (voir tableau 27). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC, tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonnalisé au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 28 genres de commerce désaisonnalisés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada⁷. De plus, la **désaisonnalisation interpolative** a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mars 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mars 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

Estimations désaisonnalisées en dollars constants⁸

Depuis mars 1986, les estimations désaisonnalisées en dollars constants, données au tableau 28, sont obtenues en dégonflant les données désaisonnalisées en dollars courants au moyen d'un indice implicite de prix fourni par la Division des comptes des revenus et des dépenses. Jusqu'à l'édition de février 1986, les estimations totales désaisonnalisées en dollars constants étaient obtenues par l'emploi de la méthode de désaisonnalisation directe.

⁷ Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): *The problem of Aggregation; Direct or Indirect*, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

⁸ See appendix VII on constant dollars estimates.

⁷ Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): *Aggrégation directe ou indirecte*, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistiques Canada.

⁸ Consulter l'appendice VII, sur les estimations en dollars constants.

Revision Procedures

Due to the fact that statistical surveys are subject to different types of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Retail Trade survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In each case, revisions are both monthly and annual. In the first type of revision, monthly corrections apply only to the previous month, while in the second type, monthly corrections apply to the three previous months. In both cases, annual revisions relate to the previous year data. The monthly revisions for the current month (June for example) and the two previous months (April and May) are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

Number of Shopping Days

The number of shopping days that this report is based on, varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current report is based on.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days by Month
TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux par mois

	1989		1988	
	Number of shopping days	Number of Saturdays	Number of shopping	Number of Saturdays
	Nombre de jours commerciaux	Nombre de samedis commerciaux	Nombre de jours	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	25	5
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	4	27	4
April - Avril	25	5	25	5
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	4	25	5
August - Août	27	4	27	4
September - Septembre	25	5	25	4
October - Octobre	25	4	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	25	5	26	5

Procédures de révision

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur le commerce de détail: **les premières sont liées à la façon dont les données sont obtenues** tandis que **les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Dans chacun des cas, ces révisions peuvent être mensuelles ou annuelles. Les révisions mensuelles du premier type ne se rapportent qu'aux seules données du mois précédent tandis que celles du second type se rapportent aux trois mois précédents. Dans les deux cas, les révisions annuelles ne se rattachent qu'aux seules données de l'année précédente. Dans le cas des révisions mensuelles qui se réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) et aux deux mois précédents (soit avril et mai), elles sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les résultats des révisions annuelles, lesquelles sont effectuées à la fin de l'année, sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

Nombre de jours commerciaux

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données présentées ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

Appendix VII

Constant Dollar Estimates

To obtain constant dollar total retail trade estimates, (Table 28) trade group estimates are deflated using trade group implicit price indices (raw and seasonally adjusted) supplied by the Income and Expenditure Accounts Division of Statistics Canada. Deflated trade group estimates are then totalled to give an estimate of total retail sales in constant dollars.

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.⁹ The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld for this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information **from selected regions** (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential form. For example, in Tables 30 and 31, retail sales for Yukon and Northwest Territories were broken into five kinds of business **groups** only, as compared to the twenty-eight kinds of business for the other regions.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

⁹ See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

Appendice VII

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble du commerce de détail en dollars constants (tableau 28), les estimations relatives aux groupes de commerce sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés (brut et désaisonnalisé) fournis par la Division des comptes des revenus et des dépenses de Statistique Canada. Les estimations des groupes de commerce ainsi dégonflées sont ensuite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble du commerce de détail en dollars constants.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière.⁹ Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes, de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un "X" aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) **pour certaines régions** (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple, dans les tableaux 30 et 31, les ventes au détail pour le Yukon et les Territoires-du-Nord-Ouest sont ventilées en cinq **groupes** de genres de commerce seulement, comparativement à vingt-huit genres de commerce dans le cas des autres régions.

Ainsi par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

⁹ Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

Appendix VIII

Kind of Business Composition Used in Tables 1 to 27

1. **Combination stores.** Combination stores (groceries with 20% or more fresh meat).
2. **Grocery, confectionery and sundries stores.** Grocery, confectionery and sundries stores; grocery stores (with 20% or less fresh meat).
3. **All other food stores.** Bakery products stores; confectionery and nut stores; dairy products stores; egg and poultry stores; fruit and vegetable stores; meat markets; fish markets; delicatessen stores; other food stores.
4. **Department stores.** Department stores including concessions located in department store outlets which are an integral part of the overall operation. (**Note:** This kind of business **excludes** non-department store outlets operated by department store firms, as well as department store mail-order and catalogue sales offices.)
5. **General merchandise stores.** General merchandise stores (less than one-third food); and department store mail order and catalogue sales offices.
6. **General stores.** General stores (more than one-third food).
7. **Variety stores.** Variety stores.
8. **Motor vehicle dealers.** Motor vehicle dealers (new and used or new only).
9. **Used car dealers.** Used car dealers (used cars and trucks or used cars only).
10. **Service stations.** Service stations.
11. **Garages.** Garages.
12. **Automotive parts and accessories stores.** Tire, battery and accessories stores; home and auto supply stores.

Appendice VIII

Composition par genre de commerce utilisé dans les tableaux 1 à 27

1. **Épicerie-boucheries.** Épicerie-boucheries (épicerie avec 20% ou plus de viande fraîche).
2. **Épicerie, confiserie et articles divers.** Épicerie, confiserie et magasins d'articles divers; épicerie (avec 20% ou moins de viande fraîche).
3. **Tous les autres magasins d'aliments.** Magasins de produits de boulangerie; magasins de bonbons, de noix et confiseries; laiteries; magasins d'oeufs et de volailles; magasins de fruits et légumes; boucheries; poissonneries; magasins d'aliments fins (**delicatessen**); autres magasins d'alimentation.
4. **Grands magasins.** Grands magasins y compris les filiales situées dans les points de vente des grands magasins qui font partie intégrale de l'exploitation. (**Nota: Sont exclus** les points de vente autres que ceux des grands magasins, qui sont exploités par les sociétés propriétaires de grands magasins, ainsi que les bureaux de vente par commande postale et par catalogue des grands magasins.)
5. **Magasins de marchandises diverses.** Magasins de marchandises diverses (moins du tiers du stock en aliments); et les bureaux de vente par commande postale et par catalogue des grands magasins.
6. **Magasins généraux.** Magasins généraux (plus du tiers du stock en aliments).
7. **Bazars.** Bazars.
8. **Concessionnaires d'automobiles.** Vendeurs d'automobiles (neuves et d'occasion ou neuves seulement).
9. **Vendeurs d'automobiles d'occasion.** Vendeurs d'automobiles d'occasion (automobiles et camions d'occasion ou automobiles d'occasion seulement).
10. **Stations-service.** Stations-service.
11. **Garages.** Garages.
12. **Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles.** Magasins de pneus, d'accumulateurs et d'accessoires; magasins de fournitures pour la maison et l'automobile.

13. **Men's clothing stores.** Men's and boys' clothing stores; men's and boys' furnishings stores; men's and boys' hat stores; custom tailors (made to measure shops).
14. **Women's clothing stores.** Women's and misses' ready-to-wear stores; women's and misses' lingerie and hosiery stores; accessories and other apparel stores.
15. **Family clothing stores.** Family clothing and furnishing stores.
16. **Specialty shoe stores.** Men's and boys' shoe stores; women's and misses' shoe stores; children's and infants' shoe stores.
17. **Family shoe stores.** Family shoe stores.
18. **Hardware stores.** Hardware stores.
19. **Household furniture stores.** Furniture stores.
20. **Household appliance stores.** Household appliance stores; electrical supply stores.
21. **Furniture, television, radio and appliance stores.** Furniture, television, radio and appliance stores.
22. **Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores.** Drugstores including proprietary stores.
23. **Book and stationery stores.** Book and stationery stores.
24. **Florists.** Florists.
25. **Jewellery stores.** Jewellery stores.
26. **Sporting goods and accessories stores.** Sporting goods stores; boats, outboard motors and boating accessories; bicycle and bicycle repair shops; motorcycle dealers.
27. **Personal accessories stores.** Tobacco stores and stands; news dealers, gift novelty and souvenir shops; camera and photographic supply stores; luggage and leather goods stores; toy and hobby shops.
13. **Magasins de vêtements pour hommes.** Magasins de vêtements pour hommes et garçons; magasins d'accessoires vestimentaires pour hommes et garçons; chapelleries pour hommes et garçons; tailleurs (ateliers de confection sur place de vêtements sur mesure).
14. **Magasins de vêtements pour dames.** Magasins de vêtements prêts-à-porter pour dames et jeunes filles; magasins de lingerie et bonneteries pour dames et jeunes filles; magasins d'accessoires et autres vêtements.
15. **Magasins de vêtements pour la famille.** Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires pour la famille.
16. **Magasins spécialisés de chaussures.** Magasins de chaussures pour hommes et garçons; magasins de chaussures pour dames et jeunes filles; magasins de chaussures pour enfants et bébés.
17. **Magasins de chaussures pour la famille.** Magasins de chaussures pour la famille.
18. **Quincailleries.** Quincailleries.
19. **Magasins de meubles ménagers.** Magasins de meubles.
20. **Magasins d'appareils ménagers.** Magasins d'appareils ménagers; magasins de fournitures électriques.
21. **Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires.** Magasins de meubles, de téléviseurs, de radios et d'appareils ménagers.
22. **Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté.** Drogueries, y compris magasins de spécialités pharmaceutiques.
23. **Librairies et papeteries.** Librairies-papeteries.
24. **Fleuristes.** Fleuristes.
25. **Bijouteries.** Bijouteries.
26. **Magasins d'articles de sport et d'accessoires.** Magasins d'articles de sport; embarcations, moteurs hors-bord et accessoires connexes; magasins de bicyclettes et ateliers de réparation; vendeurs de motocyclettes.
27. **Magasins d'accessoires personnels.** Magasins et kiosques et tabac; marchands de journaux et de périodiques; magasins de cadeaux, de nouveautés et de souvenirs; magasins d'appareils et de fournitures photographiques; magasins de sacs de voyage, valises, malles, mallettes et de maroquinerie; magasins de jouets et de jeux.

28. **All other stores:**

Other automotive businesses. Paint and body shops; other specialty repair shops; car washes; other automotive businesses, n.e.c.

Other apparel and accessories stores. Millinery stores; furriers and fur stores; children's and infants' wear stores; secondhand clothing stores; piece goods stores; wool shops; other apparel and accessories stores, n.e.c.

Other home furnishings stores. Paint, glass and wallpaper stores; television sales and service shops; television, radio and hi-fi stores; china, glassware and kitchenware stores; floor coverings, curtains, upholstery and interior decoration stores; linen stores; picture and picture framing stores; antique stores; secondhand furniture stores; piano and organ stores; record bars; other home furnishings stores, n.e.c.

Radio, television and electrical appliance repair shops. Television and radio repair shops; household appliance repair shops.

Jewellery repair shops. Jewellery repair shops.

Alcoholic beverage stores. Government liquor stores; retail beer stores; retail wine stores.

Miscellaneous stores. Music stores; opticians; health appliance stores; monument and tombstone dealers; pet shops; religious goods dealers; artists' supply stores; art galleries; coin and stamp dealers; mobile home dealers; pawn shops; ice dealers; all other retail stores, n.e.c.

28. **Tous les autres magasins:**

Autres commerces d'automobiles. Ateliers de peinture et de débosselage; autres ateliers de réparation spécialisés; lavage d'automobiles; autres commerces d'automobiles, n.c.a.

Autres magasins de vêtements et accessoires. Magasins de chapeaux; fourreurs ou magasins de fourrures; magasins de vêtements pour enfants et bébés; magasins de vêtements usagés; magasins de marchandises à la pièce; magasins de laines; autres magasins de vêtements, n.c.a.

Autres magasins d'articles d'ameublement. Magasins de peinture, vitre et papier tenture; magasins de vente et réparation de téléviseurs; magasins de téléviseurs, radios et appareils de haute fidélité; magasins de vaisselle, verrerie et ustensiles de cuisine; magasins de revêtements de sol; magasins de rideaux, capitonnage et décoration intérieure; magasins de toilerie; magasins de tableaux et cadres; magasins d'antiquités; magasins de meubles d'occasion; magasins de pianos et orgues; comptoirs de disques; tous les autres fournitures de maison, n.c.a.

Ateliers de réparation de téléviseurs, de radios et d'appareils ménagers. Réparation de téléviseurs et radios; réparation d'appareils électro-ménagers.

Réparation de bijoux. Réparation de bijoux.

Magasins de boissons alcooliques. Spiritueux, magasins du gouvernement; détaillants de bière; détaillants de vin.

Magasins divers. Magasins de musique; opticiens; magasins d'appareils de la santé; marchands des monuments funéraires et pierres tombales; boutiques d'animaux; marchands d'objets de piété; magasins de fournitures pour artistes; galeries d'art; marchands de timbres et pièces de monnaie; marchands de maisons mobiles; bureaux de mont-de-piété; vendeurs de glace; tous les autres magasins de détail, n.c.a.

Appendix IX

Groupings of Kinds of Business Used in Table 30 & 31

1. **Food group.** Combination stores; grocery, confectionery and sundries stores; and all other food stores.
2. **General merchandise and apparel group.** Department stores; general merchandise stores; general stores; variety stores; men's clothing stores; women's clothing stores; family clothing stores; specialty shoe stores; and family shoe stores.
3. **Automobile dealers.** Motor vehicle dealers.
4. **Automotive group.** Used car dealers; service stations, garages; and automotive parts and accessories stores.
5. **Hardware, home furnishings and other retail stores group.** Hardware stores; household furniture stores; household appliance stores; furniture, television, radio and appliance stores; pharmacies, patent medicine and cosmetic stores; book and stationery stores; florists; jewellery stores; sporting goods and accessories stores; personal accessories stores; and all other stores.

Appendice IX

Groupes de genres de commerce utilisés dans le tableau 30 & 31

1. **Groupe des magasins d'alimentation.** Épiceries-boucheries; épiceries, confiseries et articles divers; et tous les autres magasins d'alimentation.
2. **Groupe des magasins de marchandises diverses et des magasins de vêtements.** Grands magasins; magasins de marchandises diverses; magasins généraux; bazars; magasins de vêtements pour hommes; magasins de vêtements pour dames; magasins de vêtements pour la famille; magasins spécialisés de chaussures; et magasins de chaussures pour la famille.
3. **Concessionnaires d'automobiles.** Concessionnaires d'automobiles.
4. **Groupe de l'automobile.** Vendeurs d'automobiles d'occasion; stations-service; garages; et magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles.
5. **Groupe des quincailleries, des magasins de meuble et des autres magasins de détail.** Quincailleries; magasins de meubles ménagers; magasins d'appareils ménagers; magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires; pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté; librairies et papeteries; fleuristes; bijouteries; magasins d'articles de sport et d'accessoires; magasins d'accessoires personnels; et tous les autres magasins.

Selected Publications, Retail Trade

The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 36 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 104 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 36 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department Stores. A., Bil. Approx. 120 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0227-017X).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results Series, Retail Trade. O., Bil. (First Issue, 1974):

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1983
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1983
- 63-608 Retail Florists, 1983

Choix de publications, commerce de détail

Les publications suivantes sont produites par la section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 104 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 36 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 120 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0227-017X).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Série des Résultats d'exploitation, Commerce de détail. H.S., Bil. (Premier numéro, 1974):

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1983
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1983
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1983

Catalogue

- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1983
 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. – Monthly A. – Annual
 Bil. – Bilingual O. – Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$10.00, other countries \$11.50.

Catalogue

- 63-609 Bijouteries au détail, 1983
 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. – Mensuel A. – Annuel
 Bil. – Bilingue H.S. – Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

No 11-204F, prix Canada \$10.00, autres pays \$11.50.

Introducing

Perspectives on Labour and Income

Canada's essential employment and income information now in one quarterly journal.

If you're responsible for developing employment strategies, negotiating labour contracts, forecasting economic trends, or administering social programs, you'll find ***Perspectives on Labour and Income*** indispensable.

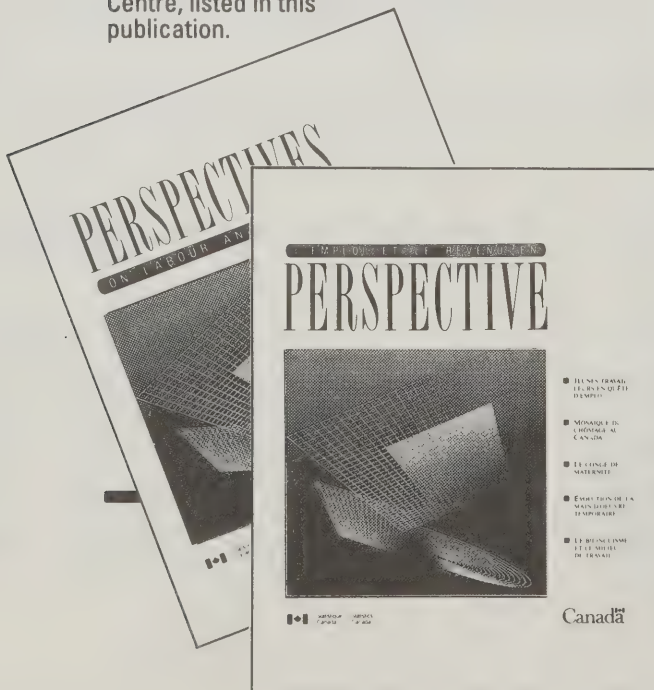
It will keep you up-to-date on the latest Canadian trends in employment... **unemployment insurance, pensions, and industry changes...** and income... **earning gaps between men and women, family income and spending habits**, and more. Every issue of this quarterly journal contains:

- **Feature Articles...** in-depth information on vital topics
- **Forum...** an arena for discussion among researchers and readers
- **Sources...** a compendium of new information sources, news and updates on current research
- **Key Labour and Income Facts...** over 60 indicators let you monitor the trends on a national and provincial level.

Don't miss a single issue. Order your subscription today!

Perspectives on Labour and Income (Catalogue No. 75-001E) is \$50 annually (4 issues) in Canada, and \$60 annually outside Canada.

To order, write: **Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario K1A 0T6**, or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre, listed in this publication.



Nouveau !

L'emploi et le revenu en perspective

Toute l'information essentielle sur l'emploi et le revenu au Canada dans une nouvelle revue trimestrielle.

Si vous avez la responsabilité d'élaborer des stratégies d'emploi, de négocier des contrats de travail, de prévoir les nouvelles tendances du marché ou d'administrer des programmes sociaux, vous ne pouvez pas vous passer de ***L'emploi et le revenu en perspective***.

Cette revue vous renseigne sur tout ce qui se passe dans le domaine de l'emploi... **les employés à temps partiel, les pensions, les changements de l'industrie...** et des revenus... **les disparités salariales entre hommes et femmes, le revenu familial et les habitudes de consommation** et plus encore. Chaque numéro de cette revue trimestrielle comprend :

- **Des articles de fond...** des analyses détaillées sur des sujets de l'heure
- **Un forum...** une tribune pour échanger vos idées et connaître l'opinion des autres chercheurs et lecteurs
- **Des sources...** un condensé de nouvelles sources d'information, de renseignements et une mise à jour sur les recherches en cours.
- **Des indicateurs clés de l'emploi et du revenu...** plus de 60 indicateurs vous permettant d'analyser les tendances du marché provincial et national.

Ne ratez pas un seul numéro. Abonnez-vous dès aujourd'hui !

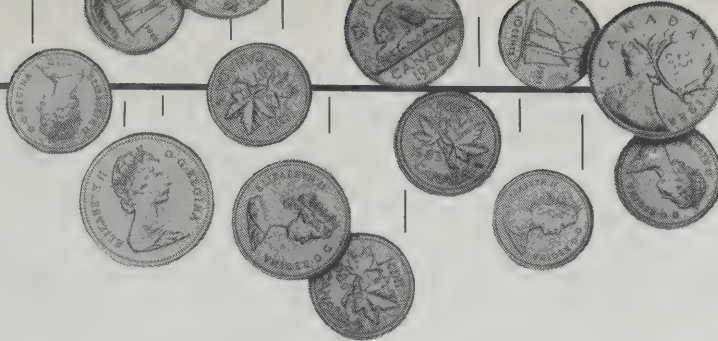
Un abonnement à ***L'emploi et le revenu en perspective*** (n° 75-001F au catalogue) coûte 50 \$ pour quatre numéros par an au pays et 60 \$ annuellement à l'étranger.

Pour commander, écrivez à **Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6** ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près de chez vous (voir la liste dans cette publication).

For faster service, call toll free and use your VISA or MasterCard.

Pour obtenir votre revue plus rapidement, composez le numéro suivant sans frais et portez la commande à votre compte VISA ou MasterCard.

1-800-267-6677



What happened to the cost of living last month?

The Consumer Price Index will tell you.

Whether you negotiate wage settlements, administer COLA clauses in labour contracts, assess government policies or are involved in renewal contracts, child support or alimony payments, you need current and detailed information on changes in the cost of living.

Compiled monthly (and published within 20 days of the month's end), the **Consumer Price Index** gives you a precise account of the latest fluctuations in consumer prices.

This monthly publication covers:

- transportation
- food
- clothing
- housing
- health and personal care
- recreation, reading and education
- tobacco products and alcoholic beverages

Over 400 items, ranging from milk to parking, household furnishings to reading material, are included.

Price indexes are presented nationally and for 18 major Canadian cities. In each issue you receive month-to-month percentage comparisons and trends over the last five years. And each issue analyzes the main causes of changes.

Get the facts.

Subscribe to the **Consumer Price Index** (Catalogue No. 62-001) for the authoritative measure of the purchasing power of the Canadian consumer dollar. A subscription to this monthly is available for \$89 in Canada, and \$107 outside Canada.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

Qu'en était-il du coût de la vie le mois dernier?

L'indice des prix à la consommation répond à votre question.

Que vous ayez à négocier des règlements salariaux, à administrer des clauses d'indemnité de vie chère ou à évaluer des politiques gouvernementales, que vous vous occupiez du renouvellement de contrats, de pensions alimentaires ou d'allocations d'entretien, vous avez besoin de données récentes et détaillées sur les fluctuations du coût de la vie.

Établi mensuellement, et publié dans les 20 jours suivant la fin de chaque mois, **L'indice des prix à la consommation** vous renseigne de façon précise sur les plus récentes fluctuations des prix à la consommation.

Cette publication mensuelle porte sur :

- l'alimentation
- l'habillement
- l'habitation
- le transport
- la santé et les soins personnels
- les loisirs, la lecture et la formation
- les produits du tabac et les boissons alcoolisées

Plus de 400 articles sont inclus, allant du lait au stationnement en passant par l'ameublement de maison et le matériel de lecture.

Les indices de prix sont donnés pour l'ensemble du pays et 18 principales villes canadiennes. Chaque numéro présente des comparaisons des pourcentages mois après mois et les tendances au cours des cinq dernières années. En outre, chaque numéro analyse les principales causes de changements.

Abonnez-vous !

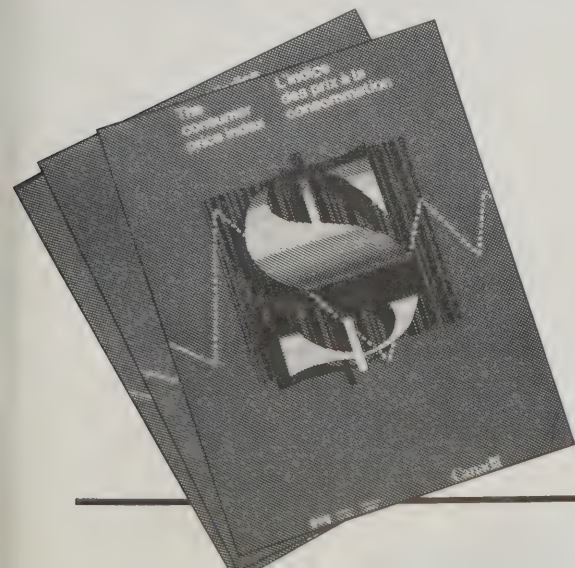
L'indice des prix à la consommation (n° 62-001 au catalogue) vous permet d'obtenir une évaluation fiable du pouvoir d'achat du dollar canadien. L'abonnement à cette publication mensuelle coûte 89 \$ au Canada et 107 \$ à l'étranger.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

For faster service, using Visa or MasterCard, call toll-free,

Pour un service plus rapide, utilisez votre carte Visa ou MasterCard et composez sans frais le

1-800-267-6677



ALL IN ONE PLACE THE ECONOMIC FACTS AND ANALYSIS YOU NEED

Canadian Economic Observer:
Statistics Canada's New Monthly Economic Report

No other report on the Canadian economy has this much to offer

This month's data

Up-to-the-minute data includes all major statistical series released two weeks prior to publication.

Current Economic Conditions

Brief, "to the point", summary of the economy's performance over the month, including trend analysis of employment, output, demand and leading indicators.

Statistical and Technical Notes

Information about new or revised statistical programs and methodological developments unique to Statistics Canada.

Major Economic Events

Chronology of international and national events that affect Canada's economy

Feature Articles

In-depth research on current business and economic issues.

Statistical Summary

Statistical tables, charts and graphs cover national accounts, output, demand, trade, labour and financial markets.

AND MORE

Regional Analysis

Provincial breakdowns of key economic indicators.

International Overview

Digest of economic performance in Canada's most important trading partners — Europe, Japan, and the U.S.A.

Subscribe Today and Save!

Save **\$40 off** the single-issue price of the **Canadian Economic Observer**.

Catalogue #11-010

12 issues \$210.00 / other countries \$252.00

Per copy \$21.00 / other countries \$25.20

(includes postage and handling)

For faster service using Visa or MasterCard call toll-free **1-800-267-6677**.

To order, complete the order form included or write to Publications Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6. Please make your cheque or money order payable to the Receiver General for Canada/Publications.

Contact the Statistics Canada Reference Centre nearest you for further information.

TOUT POUR VOUS! LES DONNÉES ÉCONOMIQUES ET L'ANALYSE QUE VOUS RECHERCHEZ

L'Observateur économique canadien:
Le nouveau bulletin économique mensuel de Statistique Canada

Aucune autre publication ne vous procure autant de renseignements relatifs à l'économie canadienne

Les données du mois

Des données de dernière heure comprenant toutes les séries de statistiques les plus importantes qui ont été diffusées deux semaines avant la date de publication du bulletin.

La situation économique actuelle

Le rendement de l'économie au cours du mois, présenté en bref, comportant une analyse de l'emploi, de la production, de la demande et des principaux indicateurs avancés et des tendances de l'activité économique.

Des notes techniques et statistiques

Des notes portant sur les nouveaux programmes statistiques ou les programmes révisés et sur les progrès réalisés en matière de méthodologie propres à Statistique Canada.

Les principaux événements économiques

Des événements internationaux et nationaux influençant l'économie canadienne, présentés en ordre chronologique.

Des études spéciales

Une recherche approfondie des affaires et des questions d'actualité liées à l'économie.

Un aperçu statistique

Des tableaux, des graphiques et des diagrammes englobant les statistiques des comptes nationaux, de la production, de la demande, du commerce, de l'emploi, des marchés financiers, etc.

ET PLUS ENCORE

Une analyse régionale

Des ventilations par province d'indicateurs économiques et stratégiques.

Un survol de l'économie internationale

Un sommaire du rendement de l'économie des partenaires commerciaux du Canada, comme l'Europe, le Japon et les États-Unis.

Abonnez-vous dès maintenant et économisez!

Économisez **40\$** sur le prix à l'unité de **L'Observateur économique canadien**.

N° 11-010 au catalogue

Abonnement annuel (12 numéros): 210\$ au Canada; 252\$ à l'étranger.

Prix au numéro: 21\$ au Canada; 25,20\$ à l'étranger. (Ces prix incluent les frais de port et de manutention.)

Pour un service plus rapide, composez le numéro sans frais **1-800-267-6677** et portez votre commande à votre carte **Visa ou MasterCard**.

Vous pouvez commander en remplissant le bon de commande ci-joint et l'envoyer à la Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Veuillez faire votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du Receveur général du Canada - Publications.

Pour obtenir plus de renseignements, n'hésitez pas à communiquer avec le centre de consultation de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Retail trade

August 1989



Commerce de détail

Août 1989



Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-3552) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montreal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwTel Inc.)	Call collect 403-495-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile Number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-3552) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Appelez à frais virés au 403-495-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du bélinographe 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Retail trade

August 1989

Published under the authority of the Minister
of Regional Industrial Expansion

© Minister of Supply
and Services Canada 1989

Extracts from this publication may be reproduced
for individual use without permission provided the
source is fully acknowledged. However, reproduction
of this publication in whole or in part for purposes
of resale or redistribution requires written permission
from the Programs and Publishing Products Group,
Acting Permissions Officer, Crown Copyright
Administration, Canadian Government Publishing
Centre, Ottawa, Canada K1A 0S9.

December 1989

Price: Canada, \$16.80, \$168.00 a year
Other Countries, \$20.20, \$202.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-005, Vol. 61, No. 8

ISSN 0380-6146

Ottawa

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Août 1989

Publication autorisée par le ministre de
l'Expansion industrielle régionale

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1989

Le lecteur peut reproduire sans autorisation des
extraits de cette publication à des fins d'utilisation
personnelle à condition d'indiquer la source en
entier. Toutefois, la reproduction de cette publication
en tout ou en partie à des fins commerciales ou de
redistribution nécessite l'obtention au préalable d'une
autorisation écrite du Groupe des programmes et produits
d'édition, agent intérimaire aux permissions, administration
des droits d'auteur de la Couronne, Centre d'édition
du gouvernement du Canada, Ottawa, Canada K1A 0S9.

Décembre 1989

Prix: Canada, \$16.80, \$168.00 par année
Autres pays, \$20.20, \$202.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-005, vol. 61, n° 8

ISSN 0380-6146

Ottawa

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- p preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- * The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2300/17, 2320, 2321), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **P.N. Triandafillou**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Distributive Trades Sub-division, Retail Trade Section, Industry Division

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.
- * Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dus aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement; elles doivent par conséquent être utilisées avec circonspection.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2300/17, 2320, 2321), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordi-lingues. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **P.N. Triandafillou**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Table of Contents

	Page
Highlights	v
Chart	
Monthly Retail Trade Unadjusted and Seasonally Adjusted Canada, 1987-1989	vi
Monthly Retail Trade Seasonally Adjusted, in Current and Constant (1981) Dollars, Canada, 1987-1989	vi
Retail Trade, Cumulative Total by Kind of Organization, Canada, 1987-1989	vii
Distribution of Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Region and Selected Metropolitan Areas	viii

Preliminary Estimates – Current Month

Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Table

1. Newfoundland	2
2. Prince Edward Island	4
3. Nova Scotia	6
4. New Brunswick	8
5. Québec	10
6. Metropolitan Montréal	12
7. Ontario	14
8. Metropolitan Toronto	16
9. Manitoba	18
10. Metropolitan Winnipeg	20
11. Saskatchewan	22
12. Alberta	24
13. British Columbia	26
14. Metropolitan Vancouver	28
15. Yukon and Northwest Territories	30
16. Canada	32

Revised Estimates – Previous Month

Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

17. Newfoundland	34
17. Prince Edward Island	35
18. Nova Scotia	36
18. New Brunswick	37
19. Québec	38
19. Metropolitan Montréal	39
20. Ontario	40
20. Metropolitan Toronto	41

Table des matières

	Page
Points saillants	v
Graphique	
Commerce de détail mensuel, non-désaisonnalisé et désaisonnalisé, Canada, 1987-1989	vi
Commerce de détail mensuel, désaisonnalisé, estimé en dollars courants et constants (1981), Canada, 1987-1989	vi
Commerce de détail, total cumulatif par type d'entreprise, Canada, 1987-1989	vii
Répartition du commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, par région et certaines zones métropolitaines	viii

Estimations préliminaires – Le mois en cours

Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Tableau

1. Terre-Neuve	3
2. Île-du-Prince-Édouard	5
3. Nouvelle-Écosse	7
4. Nouveau-Brunswick	9
5. Québec	11
6. Zone métropolitaine de Montréal	13
7. Ontario	15
8. Zone métropolitaine de Toronto	17
9. Manitoba	19
10. Zone métropolitaine de Winnipeg	21
11. Saskatchewan	23
12. Alberta	25
13. Colombie-Britannique	27
14. Zone métropolitaine de Vancouver	29
15. Yukon et Territoires du Nord-Ouest	31
16. Canada	33

Estimations révisées – Le mois précédent

Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants suivant le genre de commerce

17. Terre-Neuve	34
17. Île-du-Prince-Édouard	35
18. Nouvelle-Écosse	36
18. Nouveau-Brunswick	37
19. Québec	38
19. Zone métropolitaine de Montréal	39
20. Ontario	40
20. Zone métropolitaine de Toronto	41

Table of Contents – Concluded

Table – Continued

Page

Revised Estimates – Previous Month

Retail Trade, Chain and Independent Stores,
by Kind of Business – Continued

21.	Manitoba	42
21.	Metropolitan Winnipeg	43
22.	Saskatchewan	44
22.	Alberta	45
23.	British Columbia	46
23.	Metropolitan Vancouver	47
24.	Yukon and Northwest Territories	48
24.	Canada	49

Supplementary data, retail trade

25.	Retail Trade, Seasonally Adjusted, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area	52
26.	Retail Trade, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area	54
27.	Retail Trade, MCD and Combined, Seasonal and Trading Day Factors	56
28.	Retail Trade, Canada, Current and Constant Dollar Estimates, 1987-1989	57
29.	Retail Trade, by Kind of Business Group, Canada	58
30.	Yukon	60
31.	Northwest Territories	61

Appendix

I.	Scope of the Survey	65
II.	Definitions	67
	Classification	67
III.	Methodology	69
	Sample	70
IV.	Components of the Survey Universe	71
	The Survey Master File	71
	Chain and Department Store Component	71
	Area File Component	72
V.	Data Reliability	73
	Sampling and Non-sampling Errors	73
	Measures of Sampling and Non- Sampling Errors	74
	Measures of Reliability, by Kind of Business and by Region	76
VI.	Seasonal Adjustment	79
	Revision Procedures	81
	Number of Shopping Days	81
VII.	Constant Dollar Estimates	83
	Data Confidentiality	83
VIII.	Kind of Business Composition used in Tables 1 to 27	85
IX.	Grouping of Kinds of Business used in Tables 30 and 31	89

Selected Publications

Table des matières – fin

Tableau – suite

Page

Estimations révisées – Le mois précédent

Commerce de détail, magasins à succursales et
magasins indépendants suivant le genre de
commerce – suite

21.	Manitoba	42
21.	Zone métropolitaine de Winnipeg	43
22.	Saskatchewan	44
22.	Alberta	45
23.	Colombie-Britannique	46
23.	Zone métropolitaine de Vancouver	47
24.	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	48
24.	Canada	49

Données supplémentaires sur le commerce de détail

25.	Commerce de détail, désaisonnalisé, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine	53
26.	Commerce de détail par genre de commerce et par région et zone métropolitaine	55
27.	Commerce de détail, MDC et coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux	56
28.	Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants, 1987-1989	57
29.	Commerce de détail, par groupes de genres de commerce, Canada	59
30.	Yukon	60
31.	Territoires du Nord-Ouest	61

Appendice

I.	Champ de l'enquête	65
II.	Définitions	67
	Classification	67
III.	Méthodologie	69
	Échantillon	70
IV.	Éléments de l'univers de l'enquête	71
	Fichier principal de l'enquête	71
	Élément magasins à succursales et grands magasins	71
	Élément fichier géographique (aréolaire)	72
V.	Fiabilité des données	73
	Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs	73
	Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage	74
	Mesure de la fiabilité, selon le genre de commerce et la région	77
VI.	Désaisonnalisation	79
	Procédures de révision	81
	Nombre de jours commerciaux	81
VII.	Estimations en dollars constants	83
	Confidentialité des données	83
VIII.	Composition par genre de commerce utilisé dans les tableaux 1 à 27	85
IX.	Groupes de genres de commerce utilisés dans les tableaux 30 et 31	89

Choix de publications

Highlights

Seasonally Adjusted Sales

- Preliminary estimates indicate that retail sales increased a modest 0.2% in August 1989 to \$14.5 billion, following a decline of 0.3% in July.
- During the last four months, retail sales have remained generally weak, advancing on average by about 0.2% on a monthly basis.
- The modest overall gain in August was primarily attributable, in order of dollar impact, to increases reported by grocery, confectionary and sundries stores (+3.5%), department stores (+1.4%) and furniture, T.V., radio and appliance stores (+7.3%). Largely offsetting these increases were declines by general merchandise stores (-5.1%) and family clothing stores (-1.5%). New and used motor vehicle dealers rose 0.2% in August following a 1.9% decline in July.

Unadjusted Sales

- Retail trade totalled \$14.5 billion in August 1989, an increase of 6.1% over the same month last year. Cumulative retail sales for the first eight months of 1989 amounted to \$110.9 billion, up 5.3% over the corresponding period in 1988.
- Year-over-year comparisons indicate a rise of 9.8% for all foods stores and a decrease of 1.4% for new and used motor vehicle dealers - the two largest groups within retail trade. Department stores sales increased by 6.5% on a year-over-year basis, while service stations rose by 7.5%.
- All provinces and territories reported higher sales in August 1989 compared to the corresponding month in 1988. Sales were also higher in the four metropolitan areas covered by the survey.

Constant Dollars Estimates

- Deflated with an implicit price index of 141.0, retail sales for August 1989, not seasonally adjusted, increased by 0.8% over the same month a year ago and totalled \$10.3 billion in constant (1981) dollars. The seasonally adjusted value, deflated with an index of 141.0, increased 0.1% in August 1989 over the revised adjusted sales for July, to reach \$10.3 billion in constant (1981) dollars.

Points saillants

Ventes désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires d'août 1989, les ventes au détail ont enregistré une hausse modeste de 0.2% pour totaliser \$14.5 milliards, suite à une baisse de 0.3% en juillet.
- Au cours des quatre derniers mois, les ventes du commerce de détail sont demeurées généralement faibles, enregistrant en moyenne une hausse de 0.2% sur une base mensuelle.
- Par ordre d'importance en dollars, l'augmentation globale modérée en août est d'abord attribuable à la hausse signalée par les épiceries, confiseries et articles divers (+3.5%), les grands magasins (+1.4%) et les magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires (+7.3%). Ces hausses ont été largement contrebalancées par les baisses rapportées par les magasins de marchandises diverses (-5.1%) et les magasins de vêtements pour la famille (-1.5%). Les concessionnaires d'automobiles neuves et usagées ont enregistré une hausse de 0.2% en août, suite à une diminution de 1.9% en juillet.

Ventes non désaisonnalisées

- Le commerce de détail s'est chiffré à \$14.5 milliards en août 1989, soit une hausse de 6.1% par rapport au même mois l'an dernier. Sur une base cumulative, les ventes se chiffrent à \$110.9 milliards, en hausse de 5.3% par rapport aux huit premiers mois de l'année dernière.
- Les ventes des magasins d'alimentation ont connu une hausse de 9.8% et celles des concessionnaires d'automobiles une diminution de 1.4% selon les comparaisons d'une année à l'autre des deux plus importants groupes du commerce de détail. Les ventes des grands magasins ont enregistré une hausse de 6.5%, sur la base d'une année à l'autre, alors que les ventes des stations-service ont augmenté de 7.5%.
- Toutes les provinces et tous les territoires ont enregistré des hausses de ventes en août 1989 comparativement à août 1988. Les ventes ont également progressé dans les quatre régions métropolitaines visées par l'enquête.

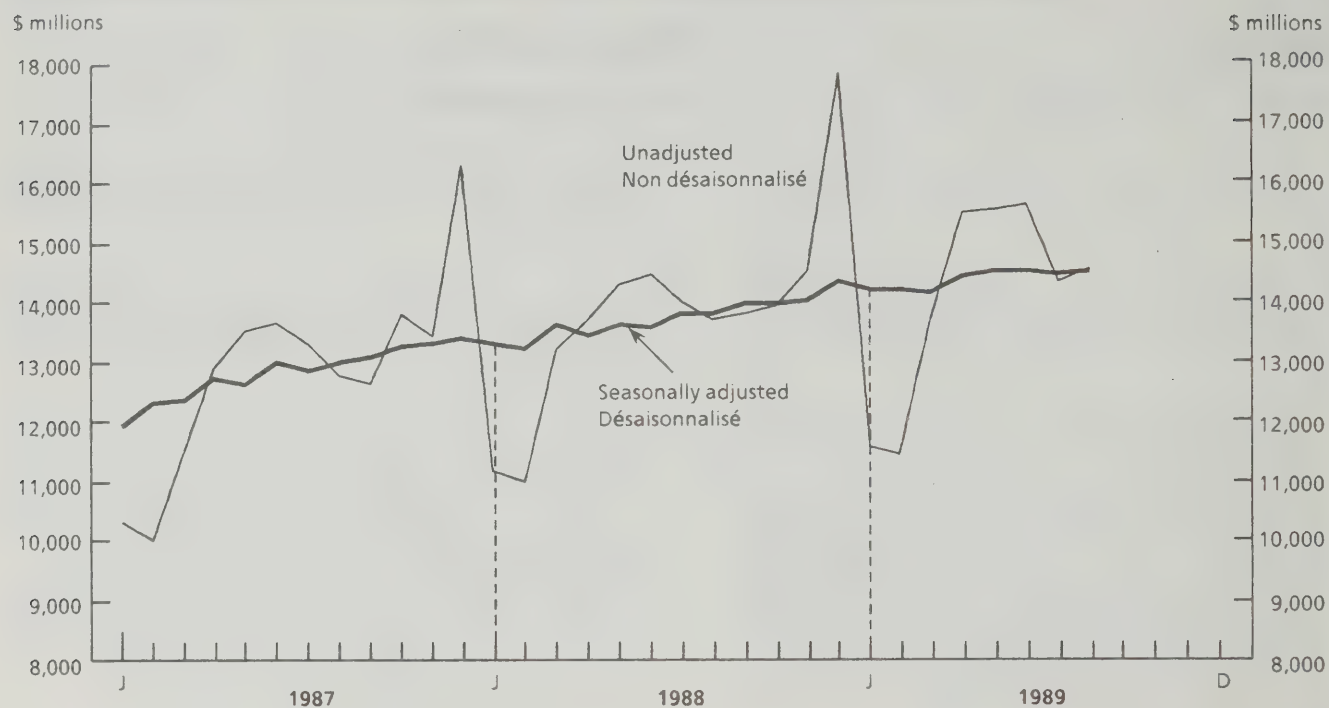
Estimations en dollars constants

- Dégonflées à l'aide d'un indice implicite de 141.0 les ventes au détail non désaisonnalisées pour le mois d'août 1989 ont augmentées de 0.8% par rapport au mois correspondant de l'an passé et ont totalisé \$10.3 milliards en dollars constants (1981). La valeur désaisonnalisée des ventes, dégonflée à l'aide d'un indice de 141.0, a enregistré une hausse de 0.1% par rapport aux ventes désaisonnalisées révisées de juillet 1989 et s'est chiffrée à \$10.3 milliards en dollars constants de 1981.

Chart - 1

Monthly Retail Trade, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1987-1989

Commerce de détail mensuel, non désaisonné et désaisonné, Canada, 1987-1989



Graphique - 1

Chart - 2

Monthly Retail Trade, Seasonally Adjusted, in Current and Constant (1981) Dollars, Canada, 1987-1989

Commerce de détail mensuel, désaisonné, estimé en dollars courants et constants (1981), Canada, 1987-1989

Graphique - 2

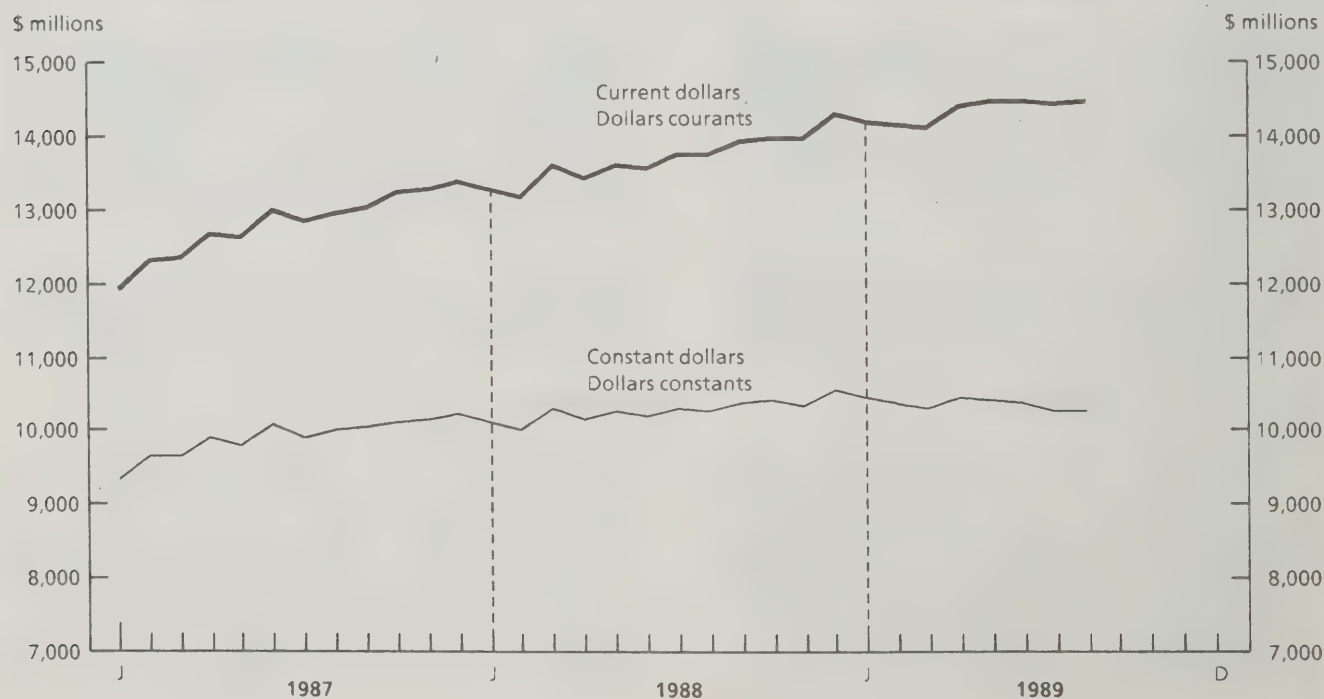
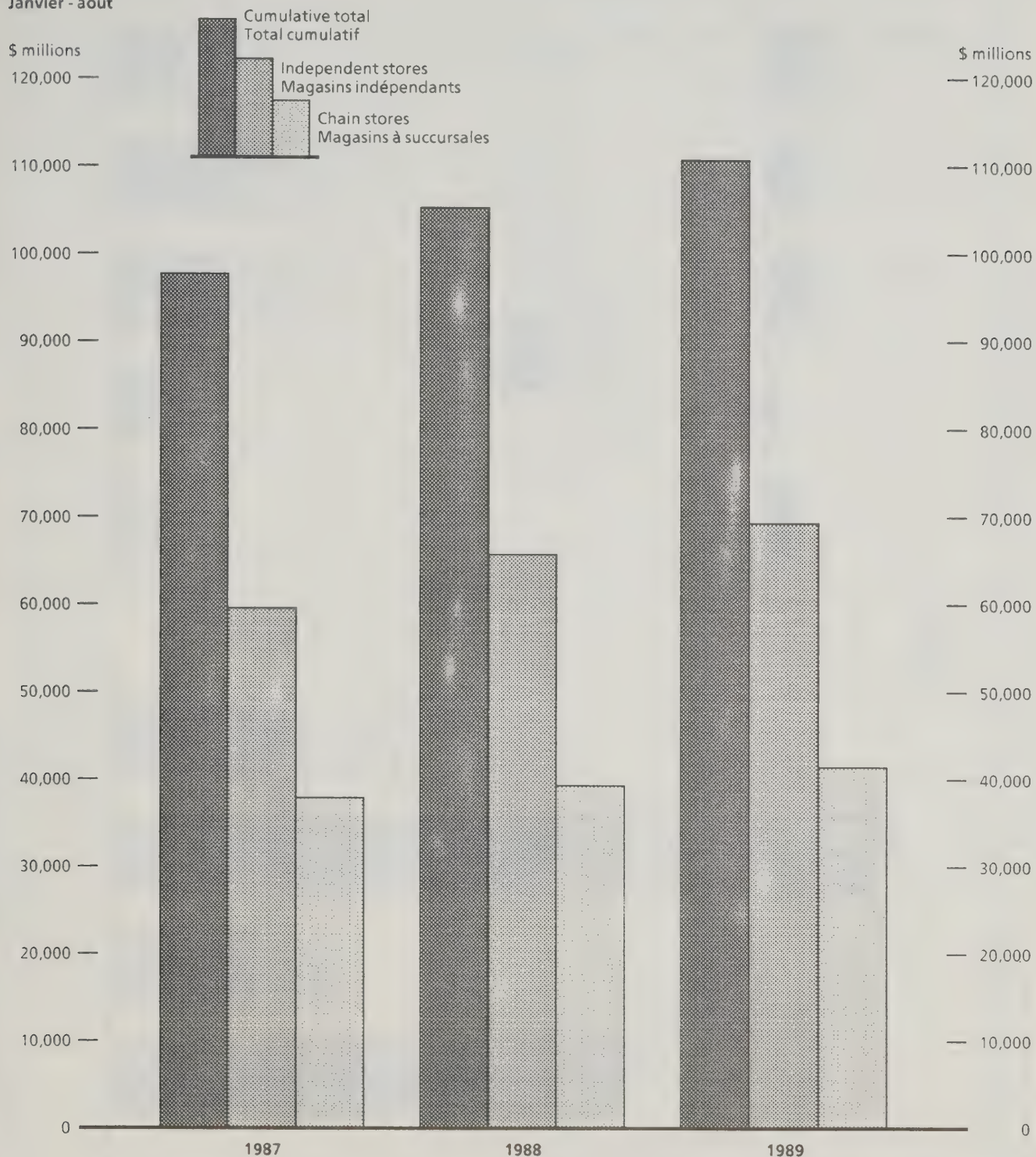


Chart - 3

Retail Trade, Cumulative Total by Kind of Organisation, Canada, 1987-1989 ¹
 Commerce de détail, total cumulatif par type d'entreprise, Canada, 1987-1989 ¹

Graphique - 3

January - August
 Janvier - août



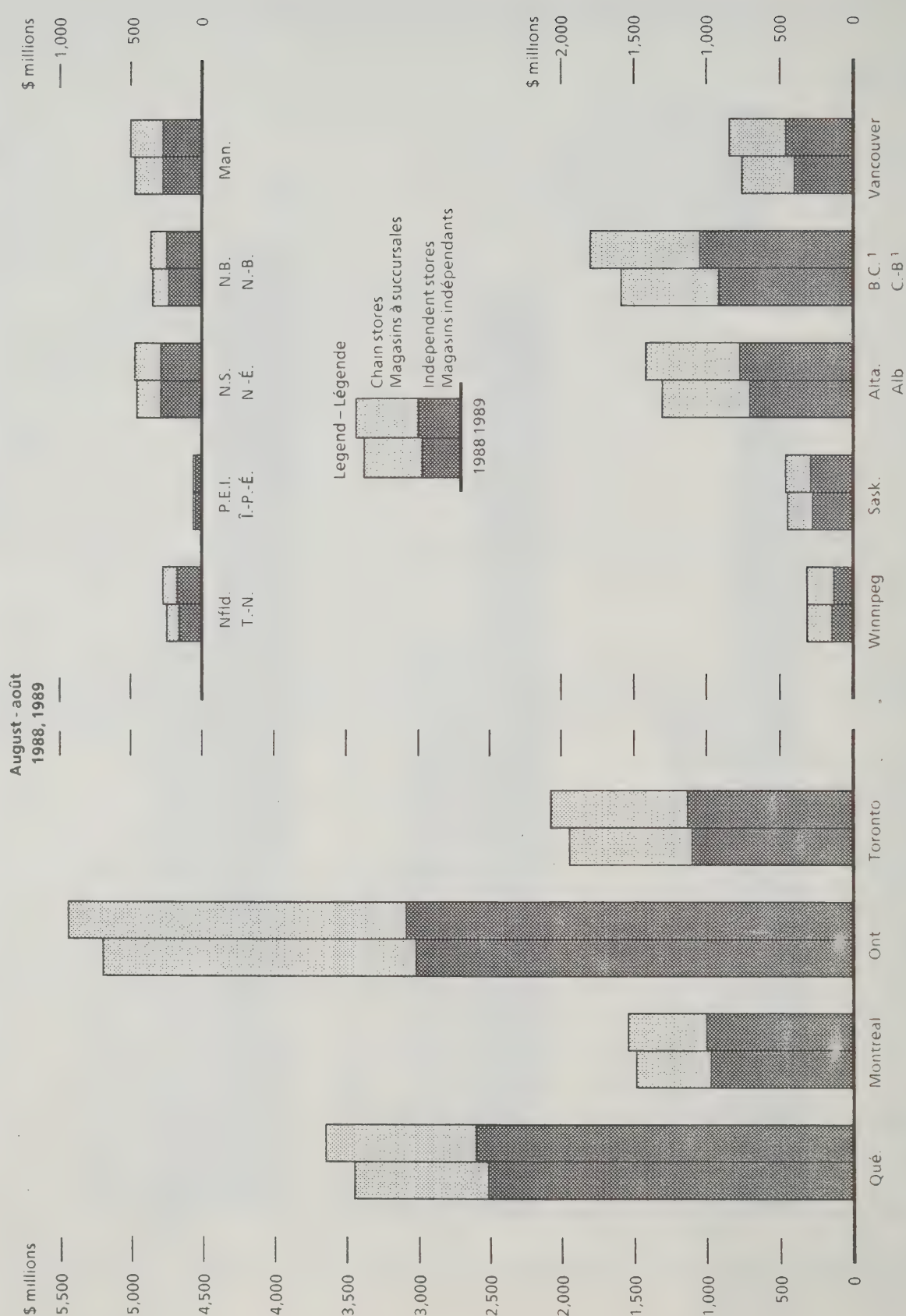
¹ Based on preliminary estimates.

¹ D'après des estimations préliminaires.

Chart - 4

Distribution of Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Region and Selected Metropolitan Areas

Répartition du commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, par région et certaines zones métropolitaines



1 B.C. includes sales from Yukon and Northwest Territories.

1 C.-B. inclut les ventes du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest.

Statistical Tables

Retail Trade, Unadjusted, by Region and Kind of Business

Tableaux statistiques

Commerce de détail, données brutes, par région et genre de commerce

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 1. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Newfoundland

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	38,386	+ 7.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	37,857	+ 16.1
3	All other food stores	x	x	x	x	3,632	+ 1.4
4	Department stores	13,777	+ 0.5	-	-	13,777	+ 0.5
5	General merchandise stores	x	x	x	x	12,224	+ 2.5
6	General stores	x	x	x	x	9,810	+ 15.0
7	Variety stores	x	x	x	x	5,954	+ 3.9
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	45,557	- 9.1
9	Used car dealers	-	-	1,096	+ 3.8	1,096	+ 3.8
10	Service stations	x	x	x	x	32,102	+ 12.5
11	Garages	-	-	2,331	+ 20.3	2,331	+ 20.3
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	6,682	+ 5.7	6,682	+ 5.7
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	764	+ 14.8
14	Women's clothing stores	3,436	+ 28.8	373*	...	3,809	+ 31.0
15	Family clothing stores	5,016	- 3.2	1,963	+ 8.8	6,979	- 0.1
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	3,451	+ 29.2	3,451	+ 29.2
19	Household furniture stores	x	x	x	x	2,193	- 14.1
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	3,682	+ 12.2	270	+ 7.6	3,951	+ 11.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	2,932*	...	15,657	+ 9.4	18,589	+ 13.6
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	645	+ 24.4
24	Florists	x	x	x	x	x	x
25	Jewellery stores	723	+ 3.8	394	+ 24.1	1,117	+ 10.2
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	1,804	+ 8.4
27	Personal accessories stores	861	+ 15.5	774	+ 9.5	1,635	+ 12.6
28	All other stores	9,660	+ 6.6	11,763	+ 11.4	21,422	+ 9.2
29	All stores	104,541	+ 5.6	173,335	+ 6.5	277,876	+ 6.2

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 1. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Terre-Neuve

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	314,135	+ 4.2	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	267,196	+ 17.5	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	22,981	+ 0.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
88,878	+ 4.2	-	-	88,878	+ 4.2	Grands magasins	4
x	x	x	x	88,011	+ 4.3	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	71,493	+ 11.7	Magasins généraux	6
x	x	x	x	39,641	+ 3.8	Bazars	7
x	x	x	x	412,638	+ 2.9	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	7,506	- 12.2	7,506	- 12.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	223,295	+ 4.7	Stations-service	10
-	-	16,067	+ 23.5	16,067	+ 23.5	Garages	11
-	-	53,768	+ 8.0	53,768	+ 8.0	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	6,206	+ 14.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
23,769	+ 15.3	2,433	+ 17.6	26,202	+ 15.5	Magasins de vêtements pour dames	14
33,702	- 5.2	14,571	+ 13.0	48,272	- 0.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	24,398	...	24,398*	...	Quincailleries	18
x	x	x	x	17,398	+ 3.6	Magasins de meubles	19
-	-	x	x	x	x	Magasins d'appareils ménagers	20
26,420	+ 17.6	1,868	+ 15.9	28,288	+ 17.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
21,368	+ 29.7	116,725	+ 11.1	138,093	+ 13.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	4,310	+ 19.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	x	x	Fleuristes	24
5,248	+ 16.9	2,794	...	8,042*	+ 23.6	Bijouteries	25
x	x	x	x	13,489	+ 9.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
5,562	+ 17.1	5,114	+ 19.1	10,676	+ 18.1	Magasins d'accessoires personnels	27
66,076	+ 5.9	86,976	+ 15.6	153,052	+ 11.2	Tous les autres magasins	28
789,153	+ 5.0	1,309,958	+ 9.7	2,099,111	+ 7.9	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 2. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Prince Edward Island

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	9,255	- 1.5
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	3,739	- 0.5
3	All other food stores	x	x	x	x	515	- 0.7
4	Department stores	7,909	+ 1.3	-	-	7,909	+ 1.3
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	-	-	2,095	+ 11.1	2,095	+ 11.1
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	13,469	+ 3.3	13,469	+ 3.3
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	x	x	x	x	5,125	+ 16.4
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	1,983	+ 2.0
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	365	- 11.3	598	+ 22.9	962	+ 7.2
15	Family clothing stores	x	x	x	x	1,104	+ 18.1
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	1,167	+ 23.3	1,167	+ 23.3
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	382*	...	382	...
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	4,141	+ 10.3
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	762	+ 14.1
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	1,293	- 1.9
28	All other stores	x	x	x	x	10,288	+ 8.4
29	All stores	23,592	+ 2.5	45,780	+ 6.3	69,373	+ 5.0

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 2. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Île-du-Prince-Édouard

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	68,224	+ 1.5	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	23,126	+ 12.6	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	3,129	+ 4.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
51,840	+ 2.5	-	-	51,840	+ 2.5	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	13,124	+ 19.1	13,124	+ 19.1	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	104,978	- 3.5	104,978	- 3.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	33,547	+ 29.4	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	14,855	- 1.2	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
2,653	- 4.6	4,255	+ 11.2	6,909	+ 4.5	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	5,429	+ 19.4	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	7,090	+ 22.5	7,090	+ 22.5	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	3,011	+ 14.7	3,011	+ 14.7	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	29,882	+ 12.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
x	x	x	x	4,785	+ 15.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	6,001	+ 8.9	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	60,579	+ 5.0	Tous les autres magasins	28
155,535	+ 3.3	316,763	+ 5.9	472,298	+ 5.0	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 3. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Nova Scotia
 August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	100,885	+ 2.5
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,569	+ 6.1
3	All other food stores	x	x	x	x	6,933	+ 21.9
4	Department stores	37,331	+ 4.5	-	-	37,331	+ 4.5
5	General merchandise stores	10,896	- 4.0	2,689	+ 3.6	13,585	- 2.6
6	General stores	-	-	6,384	- 4.9	6,384	- 4.9
7	Variety stores	3,926	- 5.3	386	- 0.6	4,312	- 4.9
8	Motor vehicle dealers	-	-	86,840	- 6.6	86,840	- 6.6
9	Used car dealers	-	-	3,632	- 0.2	3,632	- 0.2
10	Service stations	x	x	x	x	49,093	+ 11.7
11	Garages	-	-	1,561	+ 10.6	1,561	+ 10.6
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	10,994	+ 2.9
13	Men's clothing stores	1,427	+ 1.8	2,027	+ 2.6	3,455	+ 2.3
14	Women's clothing stores	4,594	+ 3.9	2,679	+ 7.8	7,273	+ 5.3
15	Family clothing stores	2,786	+ 11.6	3,420	- 5.6	6,205	+ 1.4
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	552	--
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,277	+ 0.1
18	Hardware stores	-	-	6,608	+ 35.2	6,608	+ 35.2
19	Household furniture stores	x	x	x	x	3,042	...
20	Household appliance stores	x	x	x	x	883	- 3.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	2,780	- 10.0
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	30,930	+ 7.9
23	Book and stationery stores	1,862	+ 6.5	1,495	- 7.5	3,357	- 0.2
24	Florists	x	x	x	x	1,252	+ 7.6
25	Jewellery stores	2,073	+ 9.7	406	+ 9.9	2,479	+ 9.7
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,456	+ 6.8
27	Personal accessories stores	1,462	+ 17.7	6,150	+ 6.9	7,613	+ 8.8
28	All other stores	33,762	+ 10.5	30,949	+ 14.3	64,711	+ 12.3
29	All stores	190,501	+ 2.6	297,490	+ 4.0	487,991	+ 3.5

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 3. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Nouvelle-Écosse

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	813,355	+ 7.7	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	134,963	+ 4.8	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	47,245	+ 23.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
250,389	+ 4.2	-	-	250,389	+ 4.2	Grands magasins	4
88,145	--	19,635	- 2.6	107,780	- 0.5	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	46,498	- 1.5	46,498	- 1.5	Magasins généraux	6
26,593	- 7.4	2,709	- 9.2	29,302	- 7.6	Bazars	7
-	-	784,058	- 1.3	784,058	- 1.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	28,453	+ 3.2	28,453	+ 3.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	338,552	- 2.2	Stations-service	10
-	-	14,035	- 8.3	14,035	- 8.3	Garages	11
x	x	x	x	83,782	+ 3.7	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
12,247	+ 8.2	14,596	+ 10.7	26,843	+ 9.5	Magasins de vêtements pour hommes	13
35,192	+ 6.4	20,813	- 1.5	56,005	+ 3.3	Magasins de vêtements pour dames	14
16,156	+ 13.2	20,733	+ 3.2	36,890	+ 7.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	4,639	+ 8.3	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	16,618	- 1.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	40,116	+ 21.3	40,116	+ 21.3	Quincailleries	18
x	x	x	x	22,502	- 14.3	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	5,608	- 5.4	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	22,251	- 5.1	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	226,229	+ 12.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
14,016	+ 14.0	10,727	+ 0.8	24,743	+ 7.9	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	12,021	+ 24.9	Fleuristes	24
13,926	+ 2.9	2,923	+ 9.3	16,849	+ 4.0	Bijouteries	25
x	x	x	x	25,333	+ 25.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
9,453	+ 16.5	39,077	+ 12.2	48,530	+ 13.0	Magasins d'accessoires personnels	27
215,649	+ 9.6	228,720	+ 14.6	444,368	+ 12.2	Tous les autres magasins	28
1,408,870	+ 4.9	2,299,087	+ 4.3	3,707,957	+ 4.5	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 4. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
New Brunswick
 August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	60,917	+ 3.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	17,643	--
3	All other food stores	x	x	x	x	5,031	+ 6.1
4	Department stores	26,662	+ 12.4	-	-	26,662	+ 12.4
5	General merchandise stores	7,298	- 0.2	3,637	- 6.5	10,935	- 2.4
6	General stores	-	-	13,496	+ 7.6	13,496	+ 7.6
7	Variety stores	3,902	- 10.9	585	+ 18.0	4,486	- 8.0
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	67,122	+ 0.7
9	Used car dealers	-	-	3,162	+ 1.4	3,162	+ 1.4
10	Service stations	2,316*	...	42,329	+ 5.2	44,645	+ 6.7
11	Garages	-	-	3,334*	...	3,334	...
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	8,548	+ 8.0	8,548	+ 8.0
13	Men's clothing stores	1,061	+ 4.2	1,050	+ 10.7	2,111	+ 7.3
14	Women's clothing stores	4,234	+ 4.3	2,308	+ 22.1	6,542	+ 10.0
15	Family clothing stores	4,254*	...	1,909	+ 15.9	6,163	+ 29.8
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	5,113	+ 24.2	5,113	+ 24.2
19	Household furniture stores	x	x	x	x	4,602	+ 0.4
20	Household appliance stores	x	x	x	x	1,080	+ 22.8
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	1,996*	...	21,771	+ 10.0	23,767	+ 11.9
23	Book and stationery stores	1,420	- 1.0	602	+ 14.5	2,022	+ 3.1
24	Florists	x	x	x	x	1,145	+ 18.1
25	Jewellery stores	1,423	+ 16.2	675	+ 7.3	2,098	+ 13.2
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	4,056	+ 2.5
27	Personal accessories stores	1,046*	...	1,723	+ 9.1	2,769	+ 23.9
28	All other stores	18,880	+ 2.4	22,083	+ 12.0	40,964	+ 7.3
29	All stores	126,350	+ 4.2	246,315	+ 6.8	372,664	+ 5.9

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 4. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Nouveau-Brunswick

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	485,378	+ 3.0	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	125,670	+ 6.2	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	34,599	- 0.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
169,034	+ 5.7	-	-	169,034	+ 5.7	Grands magasins	4
58,261	+ 3.5	25,999	+ 3.5	84,260	+ 3.5	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	93,264	+ 5.8	93,264	+ 5.8	Magasins généraux	6
25,985	- 15.2	3,460	- 1.1	29,446	- 13.7	Bazars	7
x	x	x	x	561,073	+ 6.1	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	25,365	+ 8.1	25,365	+ 8.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
17,624	...	282,048	- 0.9	299,671*	+ 0.7	Stations-service	10
-	-	24,480	...	24,480*	...	Garages	11
-	-	66,102	+ 15.5	66,102	+ 15.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
9,597	+ 10.9	8,417	+ 21.1	18,013	+ 15.4	Magasins de vêtements pour hommes	13
29,874	+ 3.9	18,431	+ 14.8	48,305	+ 7.8	Magasins de vêtements pour dames	14
25,409	...	10,643	- 2.7	36,053*	+ 28.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	37,659	+ 23.9	37,659	+ 23.9	Quincailleries	18
x	x	x	x	35,383*	...	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	6,906	- 0.8	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
13,910	+ 22.5	165,920	+ 10.2	179,830	+ 11.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
10,313	+ 7.5	4,164	+ 17.3	14,477	+ 10.2	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	11,165	+ 14.4	Fleuristes	24
9,555	+ 12.9	5,611	- 0.3	15,166	+ 7.6	Bijouteries	25
x	x	x	x	31,679	+ 23.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
6,873	...	11,772	+ 21.0	18,645*	+ 29.0	Magasins d'accessoires personnels	27
133,409	+ 11.0	147,082	- 4.8	280,491	+ 2.1	Tous les autres magasins	28
935,516	+ 6.5	1,827,646	+ 5.9	2,763,162	+ 6.1	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 5. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Quebec
 August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	621,862	+ 18.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	272,148	+ 2.5
3	All other food stores	4,712	+ 27.1	103,457	+ 4.6	108,170	+ 5.4
4	Department stores	210,822	+ 3.4	-	-	210,822	+ 3.4
5	General merchandise stores	x	x	x	x	25,150	- 1.3
6	General stores	x	x	x	x	40,758	+ 14.6
7	Variety stores	x	x	x	x	26,612	- 3.1
8	Motor vehicle dealers	-	-	714,387	- 0.8	714,387	- 0.8
9	Used car dealers	-	-	35,560	- 12.9	35,560	- 12.9
10	Service stations	72,052	+ 3.0	272,601	+ 3.9	344,654	+ 3.7
11	Garages	-	-	61,699	- 4.4	61,699	- 4.4
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	60,956	+ 12.7
13	Men's clothing stores	11,148	- 5.1	13,377	+ 1.9	24,525	- 1.4
14	Women's clothing stores	46,310	+ 5.1	30,849	+ 4.6	77,159	+ 4.9
15	Family clothing stores	49,552	+ 17.4	28,174	+ 12.2	77,726	+ 15.5
16	Specialty shoe stores	5,667	+ 20.0	4,433*	..	10,100	+ 27.3
17	Family shoe stores	34,540	+ 12.3	9,396	+ 7.3	43,936	+ 11.2
18	Hardware stores	x	x	x	x	64,846	+ 8.6
19	Household furniture stores	14,249	- 4.2	44,158	- 7.6	58,407	- 6.8
20	Household appliance stores	-	-	15,232	+ 8.6	15,232	+ 8.6
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	21,772*	...	35,143	- 6.0	56,914	+ 11.1
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	36,554	+ 1.2	102,945	+ 13.3	139,499	+ 9.9
23	Book and stationery stores	6,748	+ 8.0	22,664	+ 19.1	29,412	+ 16.3
24	Florists	-	-	9,711	+ 5.4	9,711	+ 5.4
25	Jewellery stores	4,629	- 3.0	9,158	+ 1.2	13,787	- 0.2
26	Sporting goods and accessories stores	5,570	- 6.3	70,075	+ 1.1	75,645	+ 0.5
27	Personal accessories stores	20,649	+ 13.9	38,143	+ 14.1	58,792	+ 14.0
28	All other stores	142,611	- 1.0	232,516	+ 7.7	375,127	+ 4.2
29	All stores	1,043,915	+ 12.3	2,609,680	+ 3.2	3,653,594	+ 5.6

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 5. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Québec

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	4,435,356	+ 3.2	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	1,966,776	- 1.6	Épiceries, confiseries et articles divers	2
41,163	+ 21.5	739,949	+ 2.2	781,113	+ 3.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,493,682	+ 2.4	-	-	1,493,682	+ 2.4	Grands magasins	4
x	x	x	x	207,972	+ 1.6	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	280,998	+ 20.3	Magasins généraux	6
x	x	x	x	181,397	- 12.9	Bazars	7
-	-	6,029,024	- 2.8	6,029,024	- 2.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	278,501	+ 0.2	278,501	+ 0.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
533,008	+ 6.9	2,042,271	+ 4.1	2,575,279	+ 4.7	Stations-service	10
-	-	460,324	- 5.9	460,324	- 5.9	Garages	11
x	x	x	x	528,413	+ 14.0	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
104,727	+ 1.1	124,720	- 2.1	229,447	- 0.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
331,450	+ 5.1	256,392	+ 4.8	587,843	+ 5.0	Magasins de vêtements pour dames	14
328,984	+ 14.6	225,028	+ 19.5	554,011	+ 16.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
44,196	+ 27.4	34,071	...	78,267*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
211,534	+ 2.3	67,974	+ 2.1	279,507	+ 2.3	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	474,722	+ 6.3	Quincailleries	18
92,862	+ 7.0	336,225	- 6.4	429,087	- 3.8	Magasins de meubles	19
-	-	112,082	+ 7.7	112,082	+ 7.7	Magasins d'appareils ménagers	20
143,134	+ 21.1	269,404	- 5.6	412,538	+ 2.2	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
284,003	+ 1.3	799,700	+ 14.3	1,083,703	+ 10.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
42,528	+ 7.5	132,539	+ 8.4	175,067	+ 8.1	Librairies et papeteries	23
-	-	98,510	+ 10.6	98,510	+ 10.6	Fleuristes	24
32,919	- 1.3	69,507	- 0.6	102,426	- 0.8	Bijouteries	25
42,863	+ 3.4	556,204	+ 6.3	599,067	+ 6.0	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
137,433	+ 14.2	259,017	- 0.8	396,450	+ 3.9	Magasins d'accessoires personnels	27
1,042,422	+ 1.8	1,788,155	+ 10.5	2,830,577	+ 7.2	Tous les autres magasins	28
7,229,375	+ 3.2	20,432,765	+ 2.3	27,662,139	+ 2.5	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 6. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Metropolitan Montreal
 August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	252,693	+ 9.1
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	95,969	+ 2.0
3	All other food stores	1,879	+ 5.4	51,404	- 3.0	53,283	- 2.8
4	Department stores	113,458	+ 0.2	-	-	113,458	+ 0.2
5	General merchandise stores	x	x	x	x	7,396	+ 15.7
6	General stores	-	-	7,602*	...	7,602	...
7	Variety stores	x	x	x	x	8,954	+ 0.6
8	Motor vehicle dealers	-	-	310,894	- 0.7	310,894	- 0.7
9	Used car dealers	-	-	10,509	- 18.4	10,509	- 18.4
10	Service stations	34,436	+ 12.1	81,333	- 6.1	115,769	- 1.3
11	Garages	-	-	13,863	+ 18.7	13,863	+ 18.7
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	22,750	+ 26.8
13	Men's clothing stores	8,254	- 3.1	5,366	- 1.2	13,620	- 2.3
14	Women's clothing stores	25,449	+ 4.5	12,546	+ 3.9	37,995	+ 4.3
15	Family clothing stores	25,178	+ 9.2	7,876	+ 27.8	33,054	+ 13.1
16	Specialty shoe stores	4,167*	...	3,127*	...	7,294	...
17	Family shoe stores	16,850	+ 5.6	5,324	+ 12.7	22,174	+ 7.2
18	Hardware stores	x	x	x	x	31,060	+ 4.4
19	Household furniture stores	8,702	- 5.5	16,418*	...	25,120	- 20.4
20	Household appliance stores	-	-	5,818	- 3.3	5,818	- 3.3
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	20,419	+ 2.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	22,403	- 5.5	46,579	+ 13.8	68,982	+ 6.7
23	Book and stationery stores	4,026	+ 19.5	11,158	+ 13.2	15,184	+ 14.8
24	Florists	-	-	4,258	+ 9.9	4,258	+ 9.9
25	Jewellery stores	3,396	+ 3.7	4,039	+ 6.6	7,434	+ 5.2
26	Sporting goods and accessories stores	3,120	- 14.9	22,971	+ 1.7	26,091	- 0.5
27	Personal accessories stores	13,400	+ 7.2	16,546	+ 25.7	29,946	+ 16.7
28	All other stores	101,387	+ 2.5	96,669	+ 8.1	198,057	+ 5.2
29	All stores	551,279	+ 4.4	1,008,366	+ 3.3	1,559,645	+ 3.7

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 6. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Montréal

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	2,019,260	+ 2.0	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	705,863	- 7.3	Épicerie, confiseries et articles divers	2
17,581	+ 3.9	383,439	- 0.1	401,019	--	Tous les autres magasins d'aliments	3
825,891	- 0.2	-	-	825,891	- 0.2	Grands magasins	4
x	x	x	x	56,830	+ 15.0	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	50,367	...	50,367*	...	Magasins généraux	6
x	x	x	x	61,926	- 5.4	Bazars	7
-	-	2,613,548	- 3.9	2,613,548	- 3.9	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	89,206	- 9.9	89,206	- 9.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
263,075	+ 18.2	633,345	- 10.0	896,421	- 3.2	Stations-service	10
-	-	106,501	- 14.8	106,501	- 14.8	Garages	11
x	x	x	x	185,640	+ 13.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
73,818	+ 1.6	44,500	- 10.2	118,318	- 3.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
183,614	+ 2.8	105,781	+ 1.4	289,395	+ 2.3	Magasins de vêtements pour dames	14
178,129	+ 10.3	69,086	...	247,215*	+ 18.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
32,376	...	22,215	...	54,591*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
111,324	- 3.1	37,540	+ 0.9	148,864	- 2.1	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	230,386	- 0.4	Quincailleries	18
57,909	+ 6.2	146,615	- 7.6	204,524	- 4.1	Magasins de meubles	19
-	-	45,987	+ 6.7	45,987	+ 6.7	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	156,173	- 1.3	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
173,410	- 4.5	366,644	+ 9.5	540,055	+ 4.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
27,033	+ 11.4	69,284	+ 9.5	96,317	+ 10.0	Librairies et papeteries	23
-	-	44,254	+ 14.0	44,254	+ 14.0	Fleuristes	24
23,840	+ 0.1	30,390	- 5.6	54,230	- 3.1	Bijouteries	25
26,144	+ 6.7	163,800	- 4.8	189,944	- 3.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
89,291	+ 4.4	112,640	+ 5.8	201,930	+ 5.2	Magasins d'accessoires personnels	27
736,908	+ 2.1	732,386	+ 7.9	1,469,294	+ 4.9	Tous les autres magasins	28
4,121,832	+ 2.0	7,982,116	- 0.4	12,103,948	+ 0.3	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 7. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Ontario

August - 1989 - Août

No.	Kind of business - Genre de commerce	Chain stores - Magasins à succursales		Independent - Magasins indépendants		All stores - Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	586,715	+ 4.5	302,741	+ 16.2	889,456	+ 8.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	158,704	+ 28.6	117,714	- 1.5	276,417	+ 13.7
3	All other food stores	15,555	+ 14.9	78,919	+ 10.7	94,475	+ 11.4
4	Department stores	445,047	+ 7.6	-	-	445,047	+ 7.6
5	General merchandise stores	83,189	+ 7.8	36,014*	...	119,203	+ 15.0
6	General stores	x	x	x	x	21,347	+ 4.2
7	Variety stores	19,405	+ 2.0	4,096	+ 3.6	23,500	+ 2.2
8	Motor vehicle dealers	-	-	1,144,863	- 4.6	1,144,863	- 4.6
9	Used car dealers	-	-	37,425	- 5.5	37,425	- 5.5
10	Service stations	169,817	+ 15.0	232,254	- 2.9	402,071	+ 3.9
11	Garages	x	x	x	x	69,921	+ 8.5
12	Automotive parts and accessories stores	3,020	- 3.2	153,456	+ 12.2	156,476	+ 11.8
13	Men's clothing stores	28,553	+ 9.1	19,304	+ 1.2	47,857	+ 5.8
14	Women's clothing stores	74,139	+ 7.6	27,244	- 1.3	101,384	+ 5.0
15	Family clothing stores	42,136	+ 5.1	13,356	+ 6.7	55,492	+ 5.5
16	Specialty shoe stores	5,122*	...	2,670	- 1.0	7,792	- 20.0
17	Family shoe stores	28,947	+ 12.9	11,698	+ 19.2	40,645	+ 14.6
18	Hardware stores	x	x	x	x	58,514	+ 18.8
19	Household furniture stores	19,042	+ 2.5	54,702	+ 11.7	73,744	+ 9.2
20	Household appliance stores	6,301	+ 4.6	20,506	- 3.9	26,806	- 2.0
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	42,983	- 1.4	11,322	+ 9.4	54,305	+ 0.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	97,266	+ 11.0	169,307	+ 8.4	266,573	+ 9.3
23	Book and stationery stores	19,207	+ 5.9	14,223	+ 6.2	33,430	+ 6.0
24	Florists	950	- 3.4	22,880	+ 14.3	23,830	+ 13.5
25	Jewellery stores	18,193	+ 5.0	22,411	+ 10.9	40,604	+ 8.2
26	Sporting goods and accessories stores	23,461	+ 3.1	62,350	+ 2.7	85,811	+ 2.8
27	Personal accessories stores	48,759	+ 12.8	63,132	+ 17.5	111,891	+ 15.4
28	All other stores	414,119	+ 2.9	337,942	+ 6.6	752,062	+ 4.5
29	All stores	2,362,381	+ 7.5	3,098,561	+ 2.7	5,460,941	+ 4.7

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 7. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Ontario

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
4,747,554	+ 2.6	2,367,075	+ 15.6	7,114,629	+ 6.6	Épiceries - Boucheries	1
952,842	+ 1.8	855,271	+ 2.7	1,808,113	+ 2.2	Épiceries, confiseries et articles divers	2
121,755	+ 11.6	601,933	+ 7.5	723,688	+ 8.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
3,237,299	+ 6.5	-	-	3,237,299	+ 6.5	Grands magasins	4
672,463	+ 4.2	265,444	+ 23.9	937,908	+ 9.1	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	144,538	+ 1.3	Magasins généraux	6
139,772	- 1.5	29,241	--	169,012	- 1.2	Bazars	7
-	-	10,121,283	+ 2.4	10,121,283	+ 2.4	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	297,159	+ 3.7	297,159	+ 3.7	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,240,173	+ 12.6	1,760,148	- 4.5	3,000,320	+ 1.8	Stations-service	10
x	x	x	x	513,701	+ 2.9	Garages	11
26,137	+ 2.1	1,197,750	+ 14.6	1,223,887	+ 14.3	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
253,375	+ 8.7	171,842	+ 3.7	425,217	+ 6.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
551,334	+ 2.6	215,352	- 4.3	766,686	+ 0.5	Magasins de vêtements pour dames	14
294,228	+ 5.9	91,923	+ 2.2	386,151	+ 5.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
43,700	...	24,477	+ 2.8	68,177*	- 14.5	Magasins de chaussures spécialisées	16
219,398	+ 12.4	89,475	+ 8.4	308,873	+ 11.2	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	412,512	+ 14.7	Quincailleries	18
136,651	+ 4.5	428,983	+ 14.6	565,634	+ 12.0	Magasins de meubles	19
43,759	+ 15.5	160,075	- 0.5	203,834	+ 2.5	Magasins d'appareils ménagers	20
297,963	+ 6.9	86,924	+ 7.2	384,887	+ 7.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
771,807	+ 24.7	1,275,970	+ 3.1	2,047,777	+ 10.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
136,200	+ 7.9	105,561	+ 12.6	241,761	+ 9.9	Librairies et papeteries	23
9,597	- 11.2	183,510	+ 12.2	193,108	+ 10.7	Fleuristes	24
131,477	+ 2.7	150,848	+ 9.0	282,325	+ 6.0	Bijouteries	25
162,992	+ 8.2	483,896	+ 1.7	646,889	+ 3.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
327,599	+ 10.3	437,880	+ 13.1	765,478	+ 11.9	Magasins d'accessoires personnels	27
2,926,892	+ 6.4	2,519,325	+ 6.3	5,446,217	+ 6.3	Tous les autres magasins	28
17,531,114	+ 6.0	24,905,949	+ 4.9	42,437,064	+ 5.4	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 8. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Metropolitan Toronto
 August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	235,864	+ 8.7	65,744	+ 6.4	301,609	+ 8.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	71,040*	...	35,349	- 3.8	106,389	...
3	All other food stores	5,991	+ 12.4	43,586	+ 1.4	49,577	+ 2.6
4	Department stores	170,954	+ 3.5	-	-	170,954	+ 3.5
5	General merchandise stores	23,811	+ 10.7	7,321	+ 17.7	31,132	+ 12.3
6	General stores	-	-	735	+ 15.3	735	+ 15.3
7	Variety stores	3,758	+ 0.2	298	- 11.5	4,056	- 0.6
8	Motor vehicle dealers	-	-	500,103	- 1.4	500,103	- 1.4
9	Used car dealers	-	-	9,982	- 3.9	9,982	- 3.9
10	Service stations	71,226	+ 13.7	75,562	- 4.6	146,788	+ 3.4
11	Garages	-	-	18,179	+ 13.4	18,179	+ 13.4
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	44,354	- 0.8
13	Men's clothing stores	16,341	+ 9.2	6,856	- 2.6	23,197	+ 5.4
14	Women's clothing stores	34,557	+ 6.1	12,192	- 6.1	46,749	+ 2.6
15	Family clothing stores	20,262	+ 7.8	4,803	+ 1.1	25,065	+ 6.5
16	Specialty shoe stores	3,295*	...	1,786	- 1.8	5,081	- 20.8
17	Family shoe stores	14,644	+ 13.8	5,273	+ 35.1	19,918	+ 18.7
18	Hardware stores	x	x	x	x	12,781	+ 17.7
19	Household furniture stores	13,571	+ 3.1	11,980	+ 14.0	25,552	+ 7.9
20	Household appliance stores	5,323	+ 3.7	9,048	+ 6.7	14,371	+ 5.6
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	24,465	- 15.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	28,811	+ 18.3	71,009	+ 15.6	99,820	+ 16.4
23	Book and stationery stores	9,387	+ 9.4	4,660	- 14.8	14,047	--
24	Florists	324	- 7.3	7,567	+ 6.0	7,890	+ 5.4
25	Jewellery stores	6,874	+ 1.1	11,128	+ 16.1	18,002	+ 9.9
26	Sporting goods and accessories stores	11,460	- 0.2	10,016	- 1.2	21,476	- 0.7
27	Personal accessories stores	24,558	+ 11.8	31,559	+ 32.9	56,118	+ 22.7
28	All other stores	148,068	+ 4.7	139,366	+ 6.3	287,434	+ 5.5
29	All stores	945,848	+ 10.5	1,139,976	+ 2.3	2,085,824	+ 5.8

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 8. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Toronto

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,879,216	+ 3.3	536,136	+ 5.7	2,415,352	+ 3.8	Épicerie - Boucheries	1
284,218	+ 12.0	270,430	- 8.7	554,649	+ 0.8	Épicerie, confiseries et articles divers	2
47,612	+ 11.9	341,909	+ 1.0	389,521	+ 2.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,271,497	+ 2.8	-	-	1,271,497	+ 2.8	Grands magasins	4
196,269	+ 7.7	54,831	+ 13.0	251,099	+ 8.8	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	5,117	+ 7.6	5,117	+ 7.6	Magasins généraux	6
28,347	- 1.3	2,398	...	30,744*	- 3.7	Bazars	7
-	-	4,268,220	+ 2.7	4,268,220	+ 2.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	81,107	+ 6.5	81,107	+ 6.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
537,776	+ 13.1	619,448	- 8.6	1,157,225	+ 0.3	Stations-service	10
-	-	136,585	- 13.4	136,585	- 13.4	Garages	11
x	x	x	x	350,975	+ 0.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
143,101	+ 8.8	69,850	- 7.1	212,951	+ 3.0	Magasins de vêtements pour hommes	13
267,446	+ 2.1	98,883	- 9.4	366,329	- 1.2	Magasins de vêtements pour dames	14
147,566	+ 6.1	33,389	+ 0.2	180,955	+ 4.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
28,807	- 19.4	16,533	+ 12.5	45,340	- 10.1	Magasins de chaussures spécialisées	16
113,514	+ 10.9	42,791	+ 21.6	156,306	+ 13.6	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	94,621	+ 11.9	Quincailleries	18
98,541	+ 7.5	91,130	+ 5.3	189,671	+ 6.4	Magasins de meubles	19
36,424	+ 16.2	67,668	+ 4.6	104,092	+ 8.4	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	189,138	- 1.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
229,798	+ 31.2	546,704	+ 6.0	776,502	+ 12.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
66,548	+ 4.4	39,465	+ 2.9	106,013	+ 3.8	Librairies et papeteries	23
3,258	- 1.1	66,232	+ 0.5	69,490	+ 0.5	Fleuristes	24
51,954	+ 4.5	74,096	+ 0.5	126,050	+ 2.1	Bijouteries	25
85,096	+ 11.4	88,959	+ 10.6	174,056	+ 11.0	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
173,614	+ 10.6	225,722	+ 26.6	399,336	+ 19.1	Magasins d'accessoires personnels	27
1,066,931	+ 8.2	1,097,700	+ 4.2	2,164,631	+ 6.1	Tous les autres magasins	28
6,956,379	+ 6.3	9,311,192	+ 2.1	16,267,570	+ 3.9	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 9. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Manitoba

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	111,070	+ 6.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	22,071	+ 4.5
3	All other food stores	814	+ 3.8	5,526	+ 11.6	6,340	+ 10.6
4	Department stores	46,156	+ 4.9	-	-	46,156	+ 4.9
5	General merchandise stores	x	x	x	x	11,509	+ 7.1
6	General stores	x	x	x	x	14,740	+ 1.6
7	Variety stores	x	x	x	x	3,206	+ 4.9
8	Motor vehicle dealers	-	-	86,855	- 8.9	86,855	- 8.9
9	Used car dealers	-	-	4,204	+ 31.4	4,204	+ 31.4
10	Service stations	15,129	+ 13.9	35,015	+ 4.0	50,145	+ 6.8
11	Garages	-	-	3,547	+ 21.9	3,547	+ 21.9
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	10,626	+ 21.3
13	Men's clothing stores	2,245	- 3.2	927	+ 11.3	3,172	+ 0.5
14	Women's clothing stores	7,426	+ 3.0	1,366	- 15.7	8,792	- 0.4
15	Family clothing stores	6,646	+ 1.8	491*	...	7,136	- 1.2
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	427	- 17.7
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,588	+ 8.8
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,834	+ 14.0
19	Household furniture stores	x	x	x	x	6,831	+ 10.3
20	Household appliance stores	-	-	612	+ 3.4	612	+ 3.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	5,882	+ 20.8	2,207	- 4.8	8,089	+ 12.5
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	19,469	+ 11.3
23	Book and stationery stores	1,920	+ 10.4	1,214	+ 6.2	3,134	+ 8.7
24	Florists	x	x	x	x	1,189	- 0.6
25	Jewellery stores	1,818	+ 5.0	1,240	- 16.1	3,059	- 4.7
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	6,687	- 6.2
27	Personal accessories stores	2,350	- 0.6	2,477*	...	4,828	- 14.4
28	All other stores	22,931	+ 12.4	31,940	+ 5.6	54,871	+ 8.3
29	All stores	230,918	+ 8.2	275,270	--	506,188	+ 3.5

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 9. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Manitoba

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	926,232	+ 11.6	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	164,855	+ 2.6	Épiceries, confiseries et articles divers	2
6,561	+ 2.7	40,388	+ 10.3	46,948	+ 9.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
331,274	+ 1.5	-	-	331,274	+ 1.5	Grands magasins	4
x	x	x	x	89,468	+ 8.4	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	120,347	+ 8.9	Magasins généraux	6
x	x	x	x	21,566	+ 1.5	Bazars	7
-	-	793,405	- 0.9	793,405	- 0.9	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	30,710	+ 21.5	30,710	+ 21.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
106,726	+ 6.6	262,601	+ 8.4	369,326	+ 7.9	Stations-service	10
-	-	27,986	+ 15.6	27,986	+ 15.6	Garages	11
x	x	x	x	74,887	+ 14.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
20,608	+ 4.9	7,793	+ 11.8	28,401	+ 6.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
53,940	- 0.2	11,687	- 7.1	65,627	- 1.5	Magasins de vêtements pour dames	14
44,146	+ 0.8	5,512	- 6.4	49,657	--	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	3,265*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	19,157	+ 10.3	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	40,439	+ 22.1	Quincailleries	18
x	x	x	x	47,757	+ 12.4	Magasins de meubles	19
-	-	4,394	...	4,394*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
31,971	+ 16.9	15,835	...	47,806*	- 0.4	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	144,427	+ 15.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
14,641	+ 13.4	8,970	+ 22.6	23,611	+ 16.7	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	11,399	- 3.0	Fleuristes	24
13,969	+ 4.8	9,837	...	23,806*	- 9.6	Bijouteries	25
x	x	x	x	49,991	- 5.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
15,942	+ 4.0	20,330	- 12.4	36,272	- 5.9	Magasins d'accessoires personnels	27
167,204	+ 10.2	228,090	+ 2.6	395,295	+ 5.7	Tous les autres magasins	28
1,740,529	+ 6.6	2,247,780	+ 4.7	3,988,309	+ 5.5	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 10. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Metropolitan Winnipeg
 August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	77,426	+ 8.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	12,296	+ 5.0
3	All other food stores	x	x	x	x	4,615	+ 13.6
4	Department stores	41,768	+ 4.8	-	-	41,768	+ 4.8
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	-	-	x	x	x	x
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	52,181	- 8.3	52,181	- 8.3
9	Used car dealers	-	-	2,650	+ 24.2	2,650	+ 24.2
10	Service stations	x	x	x	x	29,865	+ 3.7
11	Garages	-	-	1,573	+ 19.7	1,573	+ 19.7
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	6,335	+ 1.9
13	Men's clothing stores	1,719	- 11.1	299	- 18.1	2,018	- 12.2
14	Women's clothing stores	6,542	+ 2.5	788	- 9.9	7,331	+ 1.0
15	Family clothing stores	4,030	+ 0.3	104*	...	4,135	- 0.6
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	427	- 16.0
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,029	+ 11.1
18	Hardware stores	x	x	x	x	1,829	...
19	Household furniture stores	x	x	x	x	5,010	+ 19.5
20	Household appliance stores	-	-	264	- 4.1	264	- 4.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	5,522	- 3.3
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	11,235	+ 5.6
23	Book and stationery stores	1,767	+ 9.9	640	+ 7.6	2,408	+ 9.3
24	Florists	x	x	x	x	380	- 18.1
25	Jewellery stores	x	x	x	x	2,191	- 6.6
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,357	- 12.0
27	Personal accessories stores	2,119	+ 10.0	1,962*	...	4,081	- 13.3
28	All other stores	20,191	+ 13.9	21,146	- 2.4	41,337	+ 4.9
29	All stores	185,972	+ 7.5	140,742	- 2.5	326,715	+ 2.9

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 10. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Zone métropolitaine de Winnipeg
 January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	628,977	+ 7.5	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	88,621	- 5.4	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	34,846	+ 6.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
301,076	+ 1.3	-	-	301,076	+ 1.3	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	x	x	x	x	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	445,968	- 7.3	445,968	- 7.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	19,842	+ 13.3	19,842	+ 13.3	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	225,789	+ 5.0	Stations-service	10
-	-	11,574	- 2.8	11,574	- 2.8	Garages	11
x	x	x	x	48,995	+ 6.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
16,136	+ 0.8	2,428	- 1.9	18,563	+ 0.4	Magasins de vêtements pour hommes	13
47,839	+ 1.7	6,593	- 9.7	54,432	+ 0.1	Magasins de vêtements pour dames	14
26,962	- 1.6	915	- 19.7	27,877	- 2.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	3,265*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	14,924	+ 13.7	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	14,882*	...	Quincailleries	18
x	x	x	x	33,686	+ 12.0	Magasins de meubles	19
-	-	1,966	...	1,966*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	34,985	+ 1.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	89,596	+ 16.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
13,555	+ 14.2	4,937	...	18,491*	+ 20.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	3,889	- 11.4	Fleuristes	24
x	x	x	x	16,601	- 18.2	Bijouteries	25
x	x	x	x	24,531	- 9.6	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
14,166	+ 13.3	17,250	- 14.4	31,415	- 3.8	Magasins d'accessoires personnels	27
148,084	+ 16.1	151,165	+ 1.2	299,249	+ 8.1	Tous les autres magasins	28
1,413,837	+ 7.0	1,117,475	- 2.7	2,531,312	+ 2.5	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 11. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Saskatchewan

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	76,071	+ 2.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	20,000	+ 5.2
3	All other food stores	318	- 5.6	3,276	+ 2.2	3,595	+ 1.4
4	Department stores	32,138	+ 4.3	-	-	32,138	+ 4.3
5	General merchandise stores	9,278	- 5.5	1,175	+ 23.0	10,452	- 3.0
6	General stores	9,304	- 8.2	16,522	- 11.6	25,826	- 10.4
7	Variety stores	3,436	- 0.7	293	- 16.0	3,729	- 2.1
8	Motor vehicle dealers	-	-	92,293	- 3.9	92,293	- 3.9
9	Used car dealers	-	-	2,723	- 2.4	2,723	- 2.4
10	Service stations	10,172*	...	35,991	+ 17.4	46,162	+ 22.4
11	Garages	-	-	3,702	+ 22.3	3,702	+ 22.3
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	12,278	+ 11.5
13	Men's clothing stores	1,884	+ 6.3	1,557*	...	3,441	+ 21.6
14	Women's clothing stores	6,225	+ 12.7	2,241	+ 22.1	8,466	+ 15.0
15	Family clothing stores	5,127	+ 0.5	785	+ 10.1	5,912	+ 1.6
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	273	+ 11.6
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,997	+ 9.5
18	Hardware stores	x	x	x	x	5,269	- 0.1
19	Household furniture stores	-	-	3,335	+ 25.1	3,335	+ 25.1
20	Household appliance stores	-	-	1,851	- 1.7	1,851	- 1.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	3,565	+ 26.3
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	18,820	+ 8.8
23	Book and stationery stores	1,192	- 1.6	808	+ 12.0	2,000	+ 3.5
24	Florists	x	x	x	x	1,152	- 5.5
25	Jewellery stores	1,370	+ 13.7	1,640	- 11.6	3,010	- 1.6
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	7,404	+ 5.0
27	Personal accessories stores	1,488	+ 12.8	2,236	- 4.8	3,724	+ 1.5
28	All other stores	23,750	- 4.4	43,470	+ 8.4	67,220	+ 3.5
29	All stores	178,671	+ 4.1	288,736	+ 2.9	467,407	+ 3.3

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 11. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Saskatchewan

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	614,939	- 1.1	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	147,802	+ 2.4	Épicerie, confiseries et articles divers	2
2,689	+ 0.7	25,139	- 12.7	27,828	- 11.5	Tous les autres magasins d'aliments	3
221,833	- 0.9	-	-	221,833	- 0.9	Grands magasins	4
74,891	--	9,328	+ 12.6	84,219	+ 1.3	Magasins de marchandises diverses	5
68,016	- 9.6	137,891	- 6.5	205,907	- 7.5	Magasins généraux	6
23,426	- 7.3	1,833	- 17.7	25,259	- 8.2	Bazars	7
-	-	777,239	+ 1.5	777,239	+ 1.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	20,304	+ 17.2	20,304	+ 17.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
73,772	...	261,651	+ 17.4	335,423*	+ 22.1	Stations-service	10
-	-	27,858	- 4.5	27,858	- 4.5	Garages	11
x	x	x	x	92,071	+ 13.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
16,102	+ 2.9	14,130	+ 19.7	30,232	+ 10.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
44,723	- 6.4	18,166	+ 3.3	62,889	- 3.8	Magasins de vêtements pour dames	14
35,460	+ 1.6	6,006	- 10.9	41,466	- 0.4	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	2,035	+ 1.7	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	20,662	- 2.7	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	43,912	+ 1.4	Quincailleries	18
-	-	22,546	+ 12.1	22,546	+ 12.1	Magasins de meubles	19
-	-	13,708	+ 5.3	13,708	+ 5.3	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	21,268	+ 4.4	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	142,789	+ 2.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
8,615	+ 4.7	6,114	- 7.6	14,729	- 0.8	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	11,221	- 0.9	Fleuristes	24
9,918	- 0.9	14,060	- 1.9	23,978	- 1.5	Bijouteries	25
x	x	x	x	54,485	- 6.1	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
9,911	+ 7.8	17,457	+ 4.4	27,368	+ 5.6	Magasins d'accessoires personnels	27
168,639	- 7.6	295,701	+ 3.0	464,340	- 1.1	Tous les autres magasins	28
1,336,004	+ 0.3	2,242,305	+ 2.3	3,578,309	+ 1.6	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 12. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Alberta

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	170,308	+ 6.2	41,563	+ 13.0	211,871	+ 7.5
2	Grocery confectionery and sundries stores	21,394	+ 13.0	31,737	+ 7.2	53,131	+ 9.4
3	All other food stores	702	- 9.5	15,401	+ 23.7	16,103	+ 21.8
4	Department stores	123,578	+ 5.1	-	-	123,578	+ 5.1
5	General merchandise stores	13,041	+ 4.7	7,444	+ 28.2	20,485	+ 12.1
6	General stores	x	x	x	x	60,201	+ 3.1
7	Variety stores	4,239	+ 8.7	493	- 2.3	4,733	+ 7.4
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	310,468	+ 6.0
9	Used car dealers	-	-	6,205*	...	6,205	...
10	Service stations	34,062	+ 9.0	59,675	+ 14.2	93,737	+ 12.3
11	Garages	x	x	x	x	7,568	- 2.8
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	37,590	+ 2.0
13	Men's clothing stores	8,608	+ 4.5	6,525	- 12.0	15,132	- 3.3
14	Women's clothing stores	23,209	+ 9.4	7,208	+ 14.1	30,417	+ 10.5
15	Family clothing stores	17,988	- 7.0	5,530	+ 13.2	23,518	- 2.9
16	Specialty shoe stores	758*	...	2,339	+ 7.6	3,097	- 6.6
17	Family shoe stores	6,503	+ 4.9	1,732	+ 1.3	8,235	+ 4.2
18	Hardware stores	x	x	x	x	14,254	+ 12.9
19	Household furniture stores	x	x	x	x	13,218	+ 8.9
20	Household appliance stores	x	x	x	x	8,981	+ 0.2
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	22,528	+ 31.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	20,116	+ 26.8	55,182	+ 12.2	75,298	+ 15.8
23	Book and stationery stores	4,923	- 3.8	2,847	+ 3.6	7,770	- 1.2
24	Florists	x	x	x	x	4,697	+ 1.5
25	Jewellery stores	5,274	+ 17.3	5,586	- 17.0	10,859	- 3.2
26	Sporting goods and accessories stores	7,080	+ 10.6	24,080	+ 12.9	31,160	+ 12.4
27	Personal accessories stores	11,688	+ 31.7	6,261	+ 4.6	17,949	+ 20.8
28	All other stores	96,251	+ 7.9	99,021	+ 14.3	195,272	+ 11.1
29	All stores	645,724	+ 6.4	782,334	+ 9.9	1,428,057	+ 8.3

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 12. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Alberta

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,433,709	+ 4.8	316,248	+ 9.0	1,749,957	+ 5.6	Épicerie - Boucheries	1
147,569	+ 2.7	225,623	+ 5.3	373,192	+ 4.3	Épicerie, confiseries et articles divers	2
6,117	+ 1.6	110,117	+ 17.8	116,234	+ 16.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
866,070	+ 3.4	-	-	866,070	+ 3.4	Grands magasins	4
103,327	+ 7.4	49,276	+ 1.7	152,602	+ 5.5	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	446,628	- 1.5	Magasins généraux	6
29,661	+ 8.9	4,070	+ 5.7	33,731	+ 8.5	Bazars	7
x	x	x	x	2,669,965	+ 9.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	46,057	...	46,057*	...	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
249,069	+ 2.6	409,992	+ 3.2	659,061	+ 3.0	Stations-service	10
x	x	x	x	61,945	+ 5.9	Garages	11
x	x	x	x	264,825	+ 9.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
70,887	+ 12.5	53,752	- 7.8	124,638	+ 2.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
162,416	+ 5.4	51,666	+ 1.9	214,082	+ 4.5	Magasins de vêtements pour dames	14
123,411	+ 2.3	33,378	+ 5.0	156,790	+ 2.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
7,144	- 18.4	18,312	+ 8.6	25,456	- 0.6	Magasins de chaussures spécialisées	16
46,543	+ 5.9	13,804	- 6.2	60,347	+ 2.8	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	107,649	+ 4.2	Quincailleries	18
x	x	x	x	95,831	+ 25.4	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	64,208	+ 1.4	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	131,795	+ 22.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
138,706	+ 10.0	423,760	+ 11.8	562,467	+ 11.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
36,104	--	19,408	+ 3.3	55,513	+ 1.1	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	46,030	+ 10.7	Fleuristes	24
37,379	+ 10.8	43,928	- 4.9	81,308	+ 1.6	Bijouteries	25
46,064	+ 16.5	175,206	+ 15.8	221,270	+ 15.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
75,485	+ 30.4	43,495	+ 1.1	118,979	+ 17.9	Magasins d'accessoires personnels	27
663,143	+ 7.2	692,669	+ 10.9	1,355,812	+ 9.1	Tous les autres magasins	28
4,778,213	+ 4.9	6,084,228	+ 9.5	10,862,441	+ 7.4	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 13. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

British Columbia

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	230,357	+ 11.7	104,676	+ 15.5	335,032	+ 12.8
2	Grocery confectionery and sundries stores	21,273	+ 4.9	50,388	- 2.2	71,662	- 0.1
3	All other food stores	3,669	- 10.3	27,602	+ 10.7	31,271	+ 7.8
4	Department stores	151,457	+ 9.9	-	-	151,457	+ 9.9
5	General merchandise stores	12,823	+ 9.9	6,249	+ 6.9	19,072	+ 8.9
6	General stores	x	x	x	x	13,448	+ 5.0
7	Variety stores	5,568	+ 1.5	1,241	+ 31.6	6,809	+ 5.9
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	348,207	+ 8.0
9	Used car dealers	-	-	15,128	+ 14.8	15,128	+ 14.8
10	Service stations	56,979	+ 15.8	96,609	+ 20.2	153,588	+ 18.5
11	Garages	-	-	15,594	+ 7.9	15,594	+ 7.9
12	Automotive parts and accessories stores	10,160	+ 10.9	16,885	+ 7.2	27,045	+ 8.5
13	Men's clothing stores	6,662	+ 9.4	4,699	+ 11.7	11,361	+ 10.4
14	Women's clothing stores	20,688	+ 10.2	15,053	+ 17.0	35,741	+ 12.9
15	Family clothing stores	16,393	- 6.3	8,057	+ 7.3	24,450	- 2.2
16	Specialty shoe stores	1,339*	...	2,328	+ 5.6	3,667	+ 25.7
17	Family shoe stores	5,930	+ 18.4	4,092	+ 4.0	10,022	+ 12.0
18	Hardware stores	x	x	x	x	14,254	+ 23.9
19	Household furniture stores	x	x	x	x	20,261	+ 18.1
20	Household appliance stores	328	- 12.8	3,837	+ 26.3	4,165	+ 22.0
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	15,226	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	30,805	+ 8.0	46,964	+ 2.9	77,769	+ 4.8
23	Book and stationery stores	3,651	+ 0.5	5,401	+ 30.9	9,052	+ 16.7
24	Florists	x	x	x	x	5,235	+ 30.2
25	Jewellery stores	4,938	+ 11.2	7,288	- 1.3	12,226	+ 3.3
26	Sporting goods and accessories stores	7,895	+ 19.8	34,564*	...	42,459	+ 33.6
27	Personal accessories stores	10,343	+ 12.0	28,710	+ 26.9	39,053	+ 22.6
28	All other stores	113,768	+ 12.2	133,872	+ 21.1	247,641	+ 16.8
29	All stores	743,738	+ 11.1	1,017,159	+ 12.7	1,760,897	+ 12.0

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 13. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Colombie-Britannique

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,802,858	+ 5.9	768,086	+ 5.4	2,570,944	+ 5.8	Épiceries - Boucheries	1
156,519	- 5.5	381,448	+ 3.4	537,967	+ 0.6	Épiceries, confiseries et articles divers	2
30,859	- 5.6	202,212	+ 7.6	233,071	+ 5.6	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,072,426	+ 6.6	-	-	1,072,426	+ 6.6	Grands magasins	4
99,001	+ 8.1	44,298	+ 5.7	143,299	+ 7.3	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	91,808	+ 5.8	Magasins généraux	6
38,098	- 1.4	6,793	+ 12.8	44,891	+ 0.4	Bazars	7
x	x	x	x	2,859,904	+ 12.0	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	119,868	+ 25.1	119,868	+ 25.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
384,778	+ 7.4	663,447	+ 13.4	1,048,225	+ 11.1	Stations-service	10
-	-	124,630	+ 25.3	124,630	+ 25.3	Garages	11
74,889	+ 8.4	122,426	+ 7.3	197,315	+ 7.7	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
55,050	+ 6.1	35,116	+ 9.0	90,166	+ 7.2	Magasins de vêtements pour hommes	13
145,322	+ 4.1	103,042	+ 21.8	248,364	+ 10.8	Magasins de vêtements pour dames	14
111,415	+ 1.6	48,962	+ 6.9	160,378	+ 3.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
8,950	+ 29.8	14,519	+ 4.7	23,469	+ 13.0	Magasins de chaussures spécialisées	16
41,698	+ 12.8	25,714	+ 9.4	67,413	+ 11.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	99,326	+ 20.4	Quincailleries	18
x	x	x	x	136,109	+ 13.7	Magasins de meubles	19
2,432	- 16.0	27,418	+ 20.1	29,850	+ 16.0	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	107,623	+ 32.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
248,614	+ 2.8	353,464	+ 4.0	602,077	+ 3.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
27,259	+ 5.0	37,513	+ 21.7	64,772	+ 14.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	47,862	+ 28.2	Fleuristes	24
34,675	+ 9.0	55,201	+ 6.1	89,876	+ 7.2	Bijouteries	25
56,800	...	221,010	+ 27.6	277,810*	+ 30.2	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
65,933	+ 13.7	180,935	...	246,868*	+ 32.7	Magasins d'accessoires personnels	27
777,051	+ 8.3	899,218	+ 16.0	1,676,269	+ 12.3	Tous les autres magasins	28
5,445,320	+ 6.3	7,567,260	+ 12.6	13,012,580	+ 9.9	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 14. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Vancouver

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	147,288	+ 13.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	40,268	+ 4.1
3	All other food stores	2,925	- 11.8	15,963	+ 12.1	18,888	+ 7.6
4	Department stores	84,062	+ 8.7	-	-	84,062	+ 8.7
5	General merchandise stores	x	x	x	x	5,838	+ 9.2
6	General stores	-	-	173	+ 30.4	173	+ 30.4
7	Variety stores	x	x	x	x	643	...
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	192,609	+ 8.9
9	Used car dealers	-	-	5,639	+ 1.9	5,639	+ 1.9
10	Service stations	22,815	+ 9.3	28,868	+ 27.3	51,684	+ 18.7
11	Garages	-	-	7,353	+ 1.8	7,353	+ 1.8
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	13,067	+ 13.1
13	Men's clothing stores	4,933	+ 8.5	2,246	+ 8.7	7,179	+ 8.6
14	Women's clothing stores	12,592	+ 9.0	10,734	+ 14.4	23,326	+ 11.4
15	Family clothing stores	6,839	- 7.8	3,684	+ 12.2	10,523	- 1.6
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	1,935	...
17	Family shoe stores	x	x	x	x	5,570	+ 13.8
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,281	+ 25.7
19	Household furniture stores	5,108	+ 0.1	8,462	+ 35.9	13,569	+ 19.8
20	Household appliance stores	x	x	x	x	1,847	+ 5.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	10,253	+ 31.0
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	39,595	- 0.4
23	Book and stationery stores	2,251	+ 14.8	1,729	+ 26.6	3,980	+ 19.6
24	Florists	x	x	x	x	2,530	+ 24.0
25	Jewellery stores	2,786	+ 0.8	4,853	+ 3.1	7,639	+ 2.2
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	22,687	...
27	Personal accessories stores	7,770	+ 12.1	17,779*	...	25,549	...
28	All other stores	56,394	+ 6.4	59,603	+ 24.5	115,997	+ 14.9
29	All stores	399,416	+ 9.6	464,556	+ 14.3	863,972	+ 12.1

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 14. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Vancouver

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,148,626	+ 13.1	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	317,054	- 0.5	Épiceries, confiseries et articles divers	2
25,148	- 6.1	121,479	+ 3.3	146,627	+ 1.5	Tous les autres magasins d'aliments	3
613,491	+ 5.0	-	-	613,491	+ 5.0	Grands magasins	4
x	x	x	x	43,205	+ 10.0	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	1,226	+ 5.7	1,226	+ 5.7	Magasins généraux	6
x	x	x	x	4,656	+ 29.9	Bazars	7
x	x	x	x	1,612,405	+ 14.9	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	44,117	+ 11.8	44,117	+ 11.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
167,438	+ 0.9	227,425	+ 4.8	394,863	+ 3.1	Stations-service	10
-	-	64,668	+ 13.8	64,668	+ 13.8	Garages	11
x	x	x	x	94,709	+ 13.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
41,428	+ 5.9	17,467	+ 10.0	58,895	+ 7.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
90,282	+ 1.6	72,173	+ 22.4	162,455	+ 9.9	Magasins de vêtements pour dames	14
49,261	+ 2.1	24,004	+ 4.9	73,265	+ 3.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	12,397	+ 22.0	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	37,655	+ 11.1	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	33,559	+ 28.5	Quincailleries	18
34,124	+ 2.5	57,409	+ 21.7	91,533	+ 13.8	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	14,464	+ 10.5	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	71,748	+ 21.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	322,650	+ 1.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
17,467	+ 13.8	13,325	+ 19.9	30,792	+ 16.4	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	22,132	+ 11.4	Fleuristes	24
20,427	+ 9.6	37,683	+ 9.0	58,110	+ 9.2	Bijouteries	25
x	x	x	x	158,650*	...	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
50,204	+ 14.9	115,782	...	165,986*	...	Magasins d'accessoires personnels	27
426,851	+ 15.1	412,989	+ 15.0	839,840	+ 15.0	Tous les autres magasins	28
3,045,623	+ 10.1	3,594,155	+ 13.0	6,639,778	+ 11.7	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 15. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Yukon and Northwest Territories
 August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	-	-	7,637	+ 19.4	7,637	+ 19.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	-	-	1,771	+ 19.6	1,771	+ 19.6
3	All other food stores	-	-	392*	...	392	...
4	Department stores	-	-	-	-	-	-
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	x	x	x	x	12,487	+ 10.8
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	3,681	- 26.8	3,681	- 26.8
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	-	-	2,239	- 8.9	2,239	- 8.9
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	556	- 5.3
13	Men's clothing stores	-	-	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	-	-	103	+ 7.7	103	+ 7.7
15	Family clothing stores	x	x	x	x	224	- 13.5
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	-	-	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	589	+ 1.1	589	+ 1.1
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	-	-	1,531	- 0.3	1,531	- 0.3
23	Book and stationery stores	-	-	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	-	-	717	+ 2.9	717	+ 2.9
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	1,319	+ 34.8
28	All other stores	x	x	x	x	4,477	+ 7.8
29	All stores	15,880	+ 9.1	26,483	+ 4.3	42,363	+ 6.0

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 15. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Yukon et Territoires du Nord-Ouest

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
-	-	51,746	+ 6.8	51,746	+ 6.8	Épicerie - Boucheries	1
-	-	12,520	+ 25.6	12,520	+ 25.6	Épicerie, confiseries et articles divers	2
-	-	2,828	...	2,828*	...	Tous les autres magasins d'aliments	3
-	-	-	-	-	-	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	90,768	+ 7.5	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	32,737	- 8.2	32,737	- 8.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
-	-	15,371	+ 4.2	15,371	+ 4.2	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	3,889	- 7.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
-	-	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
-	-	689	...	689*	...	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	1,755	- 3.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	4,100	+ 5.7	4,100	+ 5.7	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	x	x	x	x	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
-	-	12,407	+ 6.0	12,407	+ 6.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
-	-	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
-	-	5,775	+ 6.8	5,775	+ 6.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	7,147*	...	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	30,771	+ 6.5	Tous les autres magasins	28
112,536	+ 3.9	191,029	+ 7.9	303,565	+ 6.4	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES
TABLE 16. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Canada

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	1,555,233	+ 10.7	907,208	+ 10.6	2,462,441	+ 10.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	229,891	+ 23.6	566,116	+ 1.6	796,007	+ 7.1
3	All other food stores	26,569	+ 10.7	249,887	+ 8.8	276,456	+ 9.0
4	Department stores	1,094,878	+ 6.5	-	-	1,094,878	+ 6.5
5	General merchandise stores	170,650	+ 4.1	75,909	+ 19.5	246,559	+ 8.4
6	General stores	84,484	+ 0.9	136,109	+ 6.5	220,593	+ 4.3
7	Variety stores	70,577	- 1.1	14,006	+ 7.1	84,582	+ 0.1
8	Motor vehicle dealers	36,278	- 0.9	2,877,465	- 1.4	2,913,743	- 1.4
9	Used car dealers	-	-	109,477	- 1.9	109,477	- 1.9
10	Service stations	370,872	+ 12.6	852,689	+ 5.4	1,223,561	+ 7.5
11	Garages	x	x	x	x	169,885	+ 4.2
12	Automotive parts and accessories stores	20,917	- 0.2	312,819	+ 10.9	333,736	+ 10.1
13	Men's clothing stores	62,347	+ 4.9	50,123	+ 2.1	112,470	+ 3.6
14	Women's clothing stores	190,625	+ 7.5	90,022	+ 6.0	280,647	+ 7.0
15	Family clothing stores	150,925	+ 5.9	63,985	+ 8.8	214,909	+ 6.8
16	Specialty shoe stores	13,679	- 5.3	12,608	+ 12.7	26,286	+ 2.5
17	Family shoe stores	84,326	+ 11.5	30,174	+ 11.1	114,500	+ 11.4
18	Hardware stores	25,307	+ 9.8	153,592	+ 15.7	178,899	+ 14.8
19	Household furniture stores	45,315	- 3.9	141,074	+ 6.0	186,389	+ 3.4
20	Household appliance stores	6,989	+ 5.0	53,427	+ 2.1	60,415	+ 2.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	103,933	+ 16.8	65,530	+ 3.3	169,462	+ 11.1
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	203,927	+ 9.7	472,460	+ 9.7	676,386	+ 9.7
23	Book and stationery stores	41,422	+ 4.3	49,941	+ 13.8	91,362	+ 9.3
24	Florists	x	x	x	x	48,977	+ 10.9
25	Jewellery stores	40,757	+ 7.3	49,092	+ 1.7	89,849	+ 4.1
26	Sporting goods and accessories stores	51,005	+ 6.6	208,956	+ 7.3	259,961	+ 7.1
27	Personal accessories stores	98,925	+ 15.0	151,941	+ 15.5	250,866	+ 15.3
28	All other stores	883,925	+ 4.2	950,128	+ 10.0	1,834,053	+ 7.1
29	All stores	5,666,210	+ 8.3	8,861,142	+ 4.7	14,527,352	+ 6.1

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 16. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Canada

January-August - 1989 - Janvier-Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
12,096,768	+ 3.5	7,048,129	+ 9.0	19,144,897	+ 5.4	Épicerie - Boucheries	1
1,444,699	+ 1.8	4,117,479	+ 1.6	5,562,178	+ 1.6	Épicerie, confiseries et articles divers	2
215,158	+ 10.7	1,824,506	+ 5.6	2,039,665	+ 6.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
7,782,724	+ 4.8	-	-	7,782,724	+ 4.8	Grands magasins	4
1,376,343	+ 4.0	547,046	+ 12.2	1,923,389	+ 6.3	Magasins de marchandises diverses	5
631,171	- 1.6	974,203	+ 7.9	1,605,373	+ 3.9	Magasins généraux	6
490,031	- 6.3	92,117	- 0.7	582,147	- 5.4	Bazars	7
308,732	+ 0.2	24,837,573	+ 2.6	25,146,306	+ 2.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	857,090	+ 8.7	857,090	+ 8.7	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
2,681,342	+ 9.7	6,216,728	+ 2.6	8,898,071	+ 4.6	Stations-service	10
x	x	x	x	1,275,288	+ 2.4	Garages	11
152,519	+ 2.0	2,451,273	+ 13.3	2,603,792	+ 12.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
548,509	+ 7.2	434,435	+ 1.9	982,944	+ 4.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
1,380,673	+ 3.5	702,928	+ 3.4	2,083,601	+ 3.5	Magasins de vêtements pour dames	14
1,018,396	+ 7.7	458,456	+ 10.7	1,476,852	+ 8.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
110,376	- 2.5	97,911	+ 24.0	208,287	+ 8.3	Magasins de chaussures spécialisées	16
579,547	+ 7.4	219,613	+ 4.2	799,159	+ 6.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
188,160	+ 8.4	1,103,764	+ 12.3	1,291,924	+ 11.7	Quincailleries	18
310,652	+ 1.6	1,066,345	+ 9.0	1,376,997	+ 7.3	Magasins de meubles	19
48,744	+ 14.3	397,754	+ 1.6	446,498	+ 2.8	Magasins d'appareils ménagers	20
680,736	+ 13.9	491,307	+ 1.2	1,172,043	+ 8.2	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
1,591,512	+ 13.7	3,578,170	+ 8.1	5,169,682	+ 9.7	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
293,027	+ 7.0	328,982	+ 10.6	622,009	+ 8.9	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	438,057	+ 12.1	Fleuristes	24
290,602	+ 4.5	356,600	+ 3.1	647,202	+ 3.7	Bijouteries	25
355,805	+ 14.7	1,574,768	+ 7.6	1,930,573	+ 8.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
655,465	+ 13.7	1,026,950	+ 11.9	1,682,416	+ 12.6	Magasins d'accessoires personnels	27
6,207,669	+ 5.7	6,930,102	+ 8.8	13,137,771	+ 7.4	Tous les autres magasins	28
41,462,165	+ 5.2	69,424,770	+ 5.3	110,886,935	+ 5.3	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES
TABLE 17. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business
Newfoundland - Terre-Neuve
 July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	38,876	+ 1.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	38,597	+ 17.9
3	All other food stores	x	x	x	x	3,870	+ 2.8
4	Department stores	11,337	+ 1.6	-	-	11,337	+ 1.6
5	General merchandise stores	x	x	x	x	12,033	+ 12.4
6	General stores	x	x	x	x	9,938	+ 11.8
7	Variety stores	x	x	x	x	5,313	+ 0.5
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	46,893	- 7.4
9	Used car dealers	-	-	911	- 5.1	911	- 5.1
10	Service stations	x	x	x	x	31,714	+ 0.6
11	Garages	-	-	2,345	+ 9.5	2,345	+ 9.5
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	7,567	+ 8.3	7,567	+ 8.3
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	777	+ 18.6
14	Women's clothing stores	3,284	+ 13.0	326	+ 25.3	3,609	+ 14.0
15	Family clothing stores	4,265	- 5.8	1,678	+ 9.7	5,942	- 1.9
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	3,650*	...	3,650	...
19	Household furniture stores	x	x	x	x	2,048	- 14.7
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	3,943	+ 25.0	209	- 8.3	4,152	+ 22.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	2,728	+ 23.8	15,184	+ 12.7	17,912	+ 14.2
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	573	+ 17.6
24	Florists	x	x	x	x	x	x
25	Jewellery stores	702	+ 5.6	367	+ 32.3	1,070	+ 13.5
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	1,829	+ 7.9
27	Personal accessories stores	770	+ 8.9	754	+ 11.8	1,523	+ 10.3
28	All other stores	10,038	+ 0.4	11,861	+ 14.7	21,899	+ 7.7
29	All stores	99,790	+ 1.3	176,435	+ 6.8	276,225	+ 4.7

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 17. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Prince Edward Island – Île-du-Prince-Édouard

July - 1989 - Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	9,368	- 2.6	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	3,991	+ 17.6	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	592	+ 9.5	Tous les autres magasins d'aliments	3
7,542	+ 0.4	-	-	7,542	+ 0.4	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	1,892	+ 12.0	1,892	+ 12.0	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	13,275	+ 3.0	13,275	+ 3.0	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	5,059	+ 14.5	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	2,181	- 5.3	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
438	- 5.1	563	- 3.1	1,000	- 4.0	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	1,087	+ 26.4	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	1,233	+ 35.1	1,233	+ 35.1	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	456	+ 30.3	456	+ 30.3	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	3,928	- 1.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
x	x	x	x	1,018*	...	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	1,555*	...	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	10,909	+ 10.8	Tous les autres magasins	28
23,523	- 0.3	46,443	+ 10.6	69,966	+ 6.6	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 18. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Nova Scotia - Nouvelle-Écosse

July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	100,589	- 1.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,369	+ 8.0
3	All other food stores	x	x	x	x	6,394	+ 19.5
4	Department stores	31,928	+ 1.2	-	-	31,928	+ 1.2
5	General merchandise stores	10,577	+ 5.0	3,253	+ 11.4	13,830	+ 6.4
6	General stores	-	-	6,215	- 11.2	6,215	- 11.2
7	Variety stores	3,473	- 8.7	359	- 13.5	3,832	- 9.2
8	Motor vehicle dealers	-	-	95,596	- 0.1	95,596	- 0.1
9	Used car dealers	-	-	3,739	+ 0.8	3,739	+ 0.8
10	Service stations	x	x	x	x	49,249	+ 5.3
11	Garages	-	-	1,417	- 18.8	1,417	- 18.8
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	11,623	- 2.7
13	Men's clothing stores	1,381	+ 2.6	1,893	+ 22.8	3,274	+ 13.4
14	Women's clothing stores	4,588	+ 6.6	2,542	+ 3.4	7,130	+ 5.4
15	Family clothing stores	2,057	+ 4.1	2,817	+ 2.9	4,874	+ 3.4
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	508	- 12.6
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,147	- 4.3
18	Hardware stores	-	-	6,308	+ 30.2	6,308	+ 30.2
19	Household furniture stores	x	x	x	x	2,855	...
20	Household appliance stores	x	x	x	x	709	- 11.9
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	2,771	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	29,620	+ 11.5
23	Book and stationery stores	1,579	+ 1.5	1,430	- 2.6	3,009	- 0.4
24	Florists	x	x	x	x	1,503	...
25	Jewellery stores	1,972	+ 9.9	362	+ 5.6	2,335	+ 9.3
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,385	+ 6.4
27	Personal accessories stores	1,357	+ 17.0	6,240	+ 15.1	7,597	+ 15.4
28	All other stores	34,068	+ 3.5	33,324	+ 19.9	67,392	+ 11.0
29	All stores	181,838	- 0.7	307,361	+ 5.6	489,199	+ 3.1

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 18. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

New Brunswick – Nouveau-Brunswick

July - 1989 - Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	61,554	- 0.4	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	18,250	+ 0.9	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	5,144	+ 4.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
21,554	+ 3.3	-	-	21,554	+ 3.3	Grands magasins	4
7,025	+ 8.6	3,709	+ 5.9	10,734	+ 7.7	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	13,699	+ 9.2	13,699	+ 9.2	Magasins généraux	6
3,411	- 15.2	459	- 5.5	3,870	- 14.2	Bazars	7
x	x	x	x	67,159	+ 0.1	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	3,328	+ 7.5	3,328	+ 7.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
2,406	...	42,002	+ 2.0	44,408*	+ 3.7	Stations-service	10
-	-	3,347	...	3,347*	...	Garages	11
-	-	9,495	+ 14.2	9,495	+ 14.2	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
1,098	+ 9.9	1,102	+ 22.7	2,200	+ 16.0	Magasins de vêtements pour hommes	13
3,784	+ 3.6	2,631	+ 4.5	6,415	+ 3.9	Magasins de vêtements pour dames	14
3,239	...	1,492	- 6.8	4,731*	+ 26.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	5,221	+ 27.1	5,221	+ 27.1	Quincailleries	18
x	x	x	x	5,443*	...	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	869	- 6.3	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
1,785	+ 29.5	20,969	+ 14.4	22,754	+ 15.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
1,233	- 2.6	565	+ 9.2	1,798	+ 0.7	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	1,102	+ 12.8	Fleuristes	24
1,333	+ 23.0	676	+ 6.1	2,009	+ 16.7	Bijouteries	25
x	x	x	x	3,730	- 14.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
937	...	1,712	+ 17.6	2,648*	+ 27.3	Magasins d'accessoires personnels	27
19,687	- 3.4	20,181	- 8.5	39,868	- 6.1	Tous les autres magasins	28
120,070	+ 1.4	245,158	+ 4.4	365,228	+ 3.4	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 19. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Quebec

July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	555,271	+ 2.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	289,290	- 4.0
3	All other food stores	4,803	+ 28.9	105,892	+ 5.6	110,695	+ 6.4
4	Department stores	178,205	- 1.4	-	-	178,205	- 1.4
5	General merchandise stores	x	x	x	x	25,365	+ 7.6
6	General stores	x	x	x	x	41,467	+ 18.3
7	Variety stores	x	x	x	x	23,552	- 9.8
8	Motor vehicle dealers	-	-	719,262	- 8.8	719,262	- 8.8
9	Used car dealers	-	-	33,400	- 7.7	33,400	- 7.7
10	Service stations	71,825	+ 7.2	276,181	+ 0.3	348,006	+ 1.6
11	Garages	-	-	57,981	- 1.2	57,981	- 1.2
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	72,268	+ 10.6
13	Men's clothing stores	10,498	- 6.6	15,844	- 5.0	26,342	- 5.7
14	Women's clothing stores	39,647	+ 4.9	29,853	- 2.3	69,499	+ 1.7
15	Family clothing stores	39,526	+ 10.5	24,388	- 1.9	63,914	+ 5.4
16	Specialty shoe stores	5,682	+ 22.0	3,912*	...	9,594	...
17	Family shoe stores	26,948	+ 9.8	7,649	+ 8.5	34,597	+ 9.5
18	Hardware stores	x	x	x	x	67,906	+ 1.3
19	Household furniture stores	14,423	- 1.0	43,595	- 18.2	58,018	- 14.5
20	Household appliance stores	-	-	15,077	+ 1.4	15,077	+ 1.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	23,427	+ 8.1	35,028	- 13.9	58,455	- 6.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	33,151	- 2.0	99,527	+ 15.5	132,678	+ 10.6
23	Book and stationery stores	4,837	+ 5.9	15,480	+ 6.2	20,318	+ 6.1
24	Florists	-	-	9,737	+ 10.6	9,737	+ 10.6
25	Jewellery stores	4,450	- 4.6	8,444	+ 0.2	12,894	- 1.4
26	Sporting goods and accessories stores	5,282	+ 7.0	75,464	- 5.4	80,745	- 4.7
27	Personal accessories stores	20,333	+ 9.9	32,317	+ 7.2	52,650	+ 8.2
28	All other stores	152,958	+ 1.2	240,773	+ 7.0	393,731	+ 4.7
29	All stores	911,625	+ 1.2	2,649,293	- 1.2	3,560,918	- 0.6

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 19. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Metropolitan Montreal – Zone métropolitaine de Montréal
 July – 1989 – Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	239,275	+ 2.1	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	96,032	- 14.7	Épiceries, confiseries et articles divers	2
1,776	- 3.0	49,439	+ 0.1	51,214	--	Tous les autres magasins d'aliments	3
96,755	- 3.3	-	-	96,755	- 3.3	Grands magasins	4
x	x	x	x	7,208	+ 22.9	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	7,720	...	7,720*	...	Magasins généraux	6
x	x	x	x	8,040	- 9.5	Bazars	7
-	-	307,939	- 6.7	307,939	- 6.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	10,170	- 14.7	10,170	- 14.7	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
34,989	+ 17.3	78,847	- 8.7	113,836	- 2.0	Stations-service	10
-	-	12,179	+ 9.8	12,179	+ 9.8	Garages	11
x	x	x	x	25,267	+ 9.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
7,682	- 3.7	5,576	- 7.0	13,258	- 5.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
22,241	+ 2.9	10,012	- 7.2	32,253	- 0.4	Magasins de vêtements pour dames	14
20,590	+ 3.9	6,797	+ 32.4	27,387	+ 9.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
4,213	+ 26.8	2,473	...	6,685*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
13,437	- 3.7	3,716	+ 21.9	17,153	+ 0.8	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	33,092	- 3.4	Quincailleries	18
9,581	- 3.1	17,451	...	27,032*	- 19.3	Magasins de meubles	19
-	-	6,008	+ 8.5	6,008	+ 8.5	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	26,539	- 1.4	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
20,255	- 6.9	45,381	+ 20.6	65,636	+ 10.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
3,080	+ 14.9	7,687	- 3.3	10,767	+ 1.2	Librairies et papeteries	23
-	-	3,815	+ 17.3	3,815	+ 17.3	Fleuristes	24
3,260	+ 3.3	3,358	- 5.3	6,618	- 1.2	Bijouteries	25
3,149	--	21,424	...	24,573*	...	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
12,847	- 0.7	13,376	+ 10.8	26,224	+ 4.8	Magasins d'accessoires personnels	27
110,853	+ 2.5	96,282	+ 4.2	207,135	+ 3.3	Tous les autres magasins	28
527,057	+ 0.7	982,752	- 3.0	1,509,809	- 1.7	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 20. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Ontario

July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	597,885	- 2.7	311,371	+ 13.5	909,256	+ 2.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	124,023	- 4.0	119,196	+ 4.5	243,219	--
3	All other food stores	15,574	+ 5.0	78,942	+ 8.0	94,516	+ 7.5
4	Department stores	401,586	+ 5.2	-	-	401,586	+ 5.2
5	General merchandise stores	78,832	+ 6.1	41,032*	...	119,864	+ 16.1
6	General stores	x	x	x	x	22,193	+ 4.4
7	Variety stores	19,063	- 3.8	4,399	+ 1.8	23,462	- 2.7
8	Motor vehicle dealers	-	-	1,120,052	- 7.0	1,120,052	- 7.0
9	Used car dealers	-	-	34,119	- 5.7	34,119	- 5.7
10	Service stations	162,692	+ 13.5	240,945	- 2.2	403,637	+ 3.5
11	Garages	x	x	x	x	68,835	+ 2.6
12	Automotive parts and accessories stores	2,987	- 5.3	172,988	+ 14.4	175,975	+ 14.0
13	Men's clothing stores	27,981	+ 4.9	21,229	- 8.7	49,210	- 1.4
14	Women's clothing stores	68,821	+ 1.4	27,419	- 4.4	96,240	- 0.3
15	Family clothing stores	36,405	+ 5.3	12,855	+ 2.1	49,260	+ 4.4
16	Specialty shoe stores	5,548*	...	3,428	+ 10.8	8,976	- 13.8
17	Family shoe stores	27,707	+ 8.1	10,917	+ 5.4	38,624	+ 7.3
18	Hardware stores	x	x	x	x	63,709	+ 19.6
19	Household furniture stores	17,855	- 4.2	52,343	+ 9.3	70,198	+ 5.5
20	Household appliance stores	5,810	+ 11.3	19,982	- 9.5	25,792	- 5.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	43,640	+ 2.0	10,968	- 2.9	54,607	+ 1.0
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	96,079	+ 18.5	160,684	+ 1.3	256,763	+ 7.2
23	Book and stationery stores	16,377	- 5.4	12,506	+ 9.7	28,884	+ 0.5
24	Florists	905	- 11.2	18,061	+ 3.8	18,966	+ 2.9
25	Jewellery stores	17,961	+ 5.4	20,069	+ 3.7	38,030	+ 4.5
26	Sporting goods and accessories stores	22,668	+ 9.9	74,324	+ 11.3	96,992	+ 10.9
27	Personal accessories stores	48,473	+ 13.2	58,175	+ 13.0	106,648	+ 13.1
28	All other stores	425,361	- 2.5	340,546	+ 6.4	765,907	+ 1.2
29	All stores	2,276,087	+ 1.7	3,109,430	+ 1.3	5,385,517	+ 1.5

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 20. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Metropolitan Toronto - Zone métropolitaine de Toronto
 July - 1989 - Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
232,861	- 0.3	73,444	+ 20.0	306,305	+ 3.8	Épicerie - Boucheries	1
33,659	- 4.2	35,150	- 3.4	68,808	- 3.8	Épicerie, confiseries et articles divers	2
5,564	- 6.3	43,740	+ 0.6	49,304	- 0.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
157,400	+ 3.1	-	-	157,400	+ 3.1	Grands magasins	4
22,432	+ 4.5	7,624	+ 18.7	30,056	+ 7.8	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	850	+ 22.0	850	+ 22.0	Magasins généraux	6
3,763	- 5.6	295	- 16.1	4,058	- 6.4	Bazars	7
-	-	473,140	- 6.6	473,140	- 6.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	8,386	- 17.5	8,386	- 17.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
69,093	+ 16.0	79,235	- 4.5	148,328	+ 4.0	Stations-service	10
-	-	17,247	- 10.6	17,247	- 10.6	Garages	11
x	x	x	x	49,284	- 0.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
16,119	+ 3.0	8,468	- 11.3	24,586	- 2.4	Magasins de vêtements pour hommes	13
32,746	- 0.3	11,235	- 9.7	43,982	- 2.9	Magasins de vêtements pour dames	14
17,671	+ 6.8	4,891	+ 14.1	22,562	+ 8.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
3,685	...	2,461	+ 12.8	6,145*	- 11.2	Magasins de chaussures spécialisées	16
14,609	+ 6.6	5,077	+ 20.8	19,686	+ 9.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	13,273	+ 14.3	Quincailleries	18
12,731	- 3.2	10,610	+ 6.6	23,341	+ 0.9	Magasins de meubles	19
4,731	+ 9.8	9,059	- 0.7	13,790	+ 2.6	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	27,520	- 2.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
29,508	+ 22.6	66,883	+ 8.2	96,391	+ 12.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
7,938	- 4.0	4,578	+ 2.3	12,516	- 1.7	Librairies et papeteries	23
306	- 0.6	7,069	+ 13.6	7,375	+ 12.9	Fleuristes	24
6,902	+ 3.9	10,294	+ 1.3	17,196	+ 2.3	Bijouteries	25
11,920	+ 13.7	12,227	- 0.1	24,147	+ 6.2	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
24,292	+ 11.4	27,796	+ 18.4	52,089	+ 15.0	Magasins d'accessoires personnels	27
151,438	--	143,602	+ 4.8	295,040	+ 2.3	Tous les autres magasins	28
888,158	+ 2.6	1,124,646	- 0.9	2,012,804	+ 0.6	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 21. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Manitoba

July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	119,885	+ 7.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	22,798	+ 8.6
3	All other food stores	794	- 2.9	5,332	+ 8.8	6,126	+ 7.2
4	Department stores	40,696	+ 3.2	-	-	40,696	+ 3.2
5	General merchandise stores	x	x	x	x	11,060	+ 11.3
6	General stores	x	x	x	x	12,860	- 19.0
7	Variety stores	x	x	x	x	2,837	+ 4.0
8	Motor vehicle dealers	-	-	98,173	- 2.1	98,173	- 2.1
9	Used car dealers	-	-	4,177	+ 30.5	4,177	+ 30.5
10	Service stations	14,378	+ 12.4	36,814	+ 5.2	51,192	+ 7.1
11	Garages	-	-	3,101	+ 11.9	3,101	+ 11.9
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	10,469	+ 11.0
13	Men's clothing stores	2,279	+ 3.3	944	- 6.0	3,223	+ 0.4
14	Women's clothing stores	7,145	+ 5.9	1,321	- 12.2	8,466	+ 2.5
15	Family clothing stores	5,466	--	642	- 7.5	6,108	- 0.8
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	435	...
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,233	+ 7.1
18	Hardware stores	x	x	x	x	5,683	+ 25.4
19	Household furniture stores	x	x	x	x	6,069	+ 19.4
20	Household appliance stores	-	-	515	- 0.1	515	- 0.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	4,330	- 10.7	2,384	+ 1.0	6,714	- 6.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	17,917	+ 11.5
23	Book and stationery stores	1,674	+ 0.4	1,158	+ 22.4	2,832	+ 8.4
24	Florists	x	x	x	x	1,063	- 9.2
25	Jewellery stores	1,750	- 2.8	1,169	- 5.2	2,919	- 3.8
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	6,758	- 6.5
27	Personal accessories stores	2,179	- 0.2	2,748	- 13.4	4,927	- 8.1
28	All other stores	20,588	- 1.9	28,773	- 0.9	49,360	- 1.3
29	All stores	219,003	+ 1.7	289,590	+ 4.2	508,593	+ 3.1

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 21. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Metropolitan Winnipeg – Zone métropolitaine de Winnipeg
 July – 1989 – Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	80,195	+ 0.2	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	11,797	+ 2.7	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	4,295	+ 0.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
36,934	+ 3.1	-	-	36,934	+ 3.1	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	x	x	x	x	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	51,067	- 16.8	51,067	- 16.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	2,760	+ 22.1	2,760	+ 22.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	30,381	+ 4.9	Stations-service	10
-	-	1,355	- 1.9	1,355	- 1.9	Garages	11
x	x	x	x	6,803	+ 0.2	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
1,746	- 4.2	265	- 20.6	2,011	- 6.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
6,315	+ 6.1	667	- 6.5	6,981	+ 4.7	Magasins de vêtements pour dames	14
3,088	- 6.9	179	+ 11.5	3,266	- 6.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	435*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	1,741	+ 15.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	1,920	+ 28.1	Quincailleries	18
x	x	x	x	4,017	+ 13.6	Magasins de meubles	19
-	-	234	+ 1.8	234	+ 1.8	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	4,855	- 17.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	10,739	+ 5.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
1,550	+ 0.6	703	...	2,253*	+ 10.7	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	350	- 18.5	Fleuristes	24
x	x	x	x	2,116	- 6.7	Bijouteries	25
x	x	x	x	3,100	- 13.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
1,972	+ 6.4	2,334	- 13.1	4,306	- 5.1	Magasins d'accessoires personnels	27
18,152	+ 0.6	19,952	- 1.9	38,104	- 0.7	Tous les autres magasins	28
178,001	+ 1.3	138,148	- 6.3	316,149	- 2.1	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 22. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Saskatchewan

July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	80,216	- 2.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,730	+ 4.6
3	All other food stores	299	- 8.8	3,200	- 11.1	3,499	- 10.9
4	Department stores	26,894	- 2.4	-	-	26,894	- 2.4
5	General merchandise stores	8,885	+ 2.1	1,082	- 5.3	9,967	+ 1.2
6	General stores	8,790	- 14.6	20,411	+ 1.4	29,202	- 4.0
7	Variety stores	2,895	- 7.3	224*	...	3,119	- 9.8
8	Motor vehicle dealers	-	-	95,906	+ 1.4	95,906	+ 1.4
9	Used car dealers	-	-	2,211	- 18.1	2,211	- 18.1
10	Service stations	10,363*	...	37,948	+ 23.2	48,311	+ 28.4
11	Garages	-	-	3,427*	...	3,427	...
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	12,657	+ 5.9
13	Men's clothing stores	1,721	- 2.2	2,129*	...	3,851	+ 25.4
14	Women's clothing stores	5,642	+ 6.9	2,127	+ 14.5	7,769	+ 8.9
15	Family clothing stores	4,482	+ 5.9	705	+ 5.0	5,187	+ 5.8
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	269	+ 0.9
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,430	- 1.0
18	Hardware stores	x	x	x	x	5,485	- 3.9
19	Household furniture stores	-	-	2,604	+ 12.3	2,604	+ 12.3
20	Household appliance stores	-	-	1,688	+ 0.4	1,688	+ 0.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	2,152	- 15.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	17,483	+ 7.5
23	Book and stationery stores	971	- 0.4	743	- 12.7	1,715	- 6.1
24	Florists	x	x	x	x	1,082	- 11.3
25	Jewellery stores	1,306	- 4.3	1,678	- 7.3	2,984	- 6.0
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	7,226	- 1.5
27	Personal accessories stores	1,460	+ 11.5	2,373	+ 1.1	3,833	+ 4.8
28	All other stores	24,860	- 11.7	44,089	+ 2.3	68,949	- 3.2
29	All stores	172,585	- 0.9	297,262	+ 2.9	469,847	+ 1.5

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 22. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Alberta

July - 1989 - Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
184,353	- 0.4	40,306	+ 5.8	224,659	+ 0.6	Épicerie - Boucheries	1
20,634	+ 9.3	30,903	+ 3.1	51,537	+ 5.5	Épicerie, confiseries et articles divers	2
634	- 10.7	14,894	+ 26.8	15,529	+ 24.6	Tous les autres magasins d'aliments	3
107,583	+ 2.3	-	-	107,583	+ 2.3	Grands magasins	4
12,659	+ 13.8	7,598	+ 27.1	20,257	+ 18.4	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	56,391	+ 2.6	Magasins généraux	6
3,810	+ 5.8	410	- 17.9	4,220	+ 2.9	Bazars	7
x	x	x	x	319,822	+ 3.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	5,874	...	5,874*	...	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
35,127	+ 12.3	60,209	+ 10.8	95,336	+ 11.3	Stations-service	10
x	x	x	x	7,955	+ 17.2	Garages	11
x	x	x	x	36,634	- 2.0	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
8,055	+ 6.9	6,447	- 18.8	14,502	- 6.2	Magasins de vêtements pour hommes	13
21,657	+ 9.2	7,337	- 6.6	28,994	+ 4.7	Magasins de vêtements pour dames	14
16,258	+ 3.3	4,991	+ 5.8	21,249	+ 3.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
1,026	- 18.7	1,972	...	2,998*	- 20.7	Magasins de chaussures spécialisées	16
6,086	+ 3.1	1,889	- 3.3	7,975	+ 1.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	15,198	+ 7.5	Quincailleries	18
x	x	x	x	12,333	+ 9.8	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	8,041	- 4.0	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	19,112	+ 20.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
16,926	+ 6.9	51,921	+ 14.1	68,847	+ 12.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
4,270	- 9.6	2,569	+ 3.7	6,838	- 5.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	4,369	- 1.4	Fleuristes	24
5,197	+ 15.1	5,955	- 9.4	11,152	+ 0.5	Bijouteries	25
5,852	+ 21.7	25,290	+ 15.9	31,141	+ 17.0	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
11,242	+ 29.8	5,896	+ 5.5	17,138	+ 20.3	Magasins d'accessoires personnels	27
93,979	- 1.0	91,185	+ 13.6	185,164	+ 5.6	Tous les autres magasins	28
624,126	+ 2.2	776,721	+ 7.5	1,400,848	+ 5.1	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 23. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

British Columbia - Colombie-Britannique

July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	229,016	- 3.8	110,149	+ 8.8	339,165	--
2	Grocery confectionery and sundries stores	21,138	+ 3.1	51,392	--	72,531	+ 0.8
3	All other food stores	3,589	- 4.1	28,899	+ 3.2	32,488	+ 2.3
4	Department stores	136,467	+ 6.6	-	-	136,467	+ 6.6
5	General merchandise stores	12,069	+ 14.8	7,056	+ 15.0	19,125	+ 14.8
6	General stores	x	x	x	x	13,936	+ 13.1
7	Variety stores	4,901	- 8.3	1,154	+ 16.0	6,056	- 4.5
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	356,284	+ 11.8
9	Used car dealers	-	-	15,202	+ 19.8	15,202	+ 19.8
10	Service stations	53,932	+ 12.4	97,283	+ 18.2	151,215	+ 16.0
11	Garages	-	-	16,485	+ 23.7	16,485	+ 23.7
12	Automotive parts and accessories stores	10,461	+ 0.7	17,140	+ 7.5	27,601	+ 4.8
13	Men's clothing stores	6,564	+ 3.2	4,654	- 5.8	11,218	- 0.7
14	Women's clothing stores	19,962	+ 7.1	14,944	+ 20.3	34,906	+ 12.3
15	Family clothing stores	14,278	- 2.6	7,752	+ 7.9	22,030	+ 0.8
16	Specialty shoe stores	1,300	+ 35.6	1,802	+ 2.0	3,102	+ 13.8
17	Family shoe stores	5,021	+ 9.5	3,366	+ 10.6	8,386	+ 9.9
18	Hardware stores	x	x	x	x	14,652	+ 18.2
19	Household furniture stores	x	x	x	x	19,269	+ 23.1
20	Household appliance stores	308	- 18.2	3,716	+ 19.1	4,024	+ 15.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	14,946	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	31,034	+ 6.3	44,230	+ 3.1	75,263	+ 4.4
23	Book and stationery stores	3,222	- 3.7	5,013	+ 34.2	8,235	+ 16.2
24	Florists	x	x	x	x	5,031	+ 20.3
25	Jewellery stores	4,651	+ 4.0	7,175	- 2.1	11,826	+ 0.1
26	Sporting goods and accessories stores	7,430	+ 33.3	33,751	+ 34.9	41,182	+ 34.6
27	Personal accessories stores	9,586	+ 5.9	28,238*	...	37,824	+ 28.2
28	All other stores	112,068	+ 1.5	126,742	+ 30.1	238,810	+ 14.9
29	All stores	714,972	+ 2.8	1,022,286	+ 14.7	1,737,258	+ 9.4

ESTIMATIONS REVISÉES

TABEAU 23. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Metropolitan Vancouver - Zone métropolitaine de Vancouver
 July - 1989 - Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	144,406	- 3.1	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	41,084	+ 0.3	Épicerie, confiseries et articles divers	2
2,952	- 2.7	16,412	- 7.0	19,364	- 6.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
77,191	+ 7.0	-	-	77,191	+ 7.0	Grands magasins	4
x	x	x	x	5,324	+ 11.8	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	158	- 14.2	158	- 14.2	Magasins généraux	6
x	x	x	x	604	+ 18.6	Bazars	7
x	x	x	x	205,717	+ 14.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	5,438	+ 4.8	5,438	+ 4.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
21,753	+ 3.0	28,685	+ 14.0	50,438	+ 9.0	Stations-service	10
-	-	8,276	+ 22.6	8,276	+ 22.6	Garages	11
x	x	x	x	13,006	+ 6.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
4,964	+ 5.7	2,443	- 15.5	7,407	- 2.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
12,071	+ 1.9	10,554	+ 15.7	22,625	+ 7.9	Magasins de vêtements pour dames	14
5,993	- 2.4	3,613	+ 7.2	9,606	+ 1.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	1,645	+ 24.4	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	4,662	+ 9.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	4,770	+ 27.4	Quincailleries	18
4,934	- 1.4	8,125	...	13,059*	+ 19.0	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	1,746	+ 2.2	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	10,021	+ 34.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	39,564	+ 1.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
2,046	+ 10.8	1,681	+ 31.3	3,727	+ 19.2	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	2,275	- 1.7	Fleuristes	24
2,639	...	5,070	+ 3.0	7,709*	+ 15.4	Bijouteries	25
x	x	x	x	23,420*	...	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
7,295	+ 8.3	17,936	...	25,231*	...	Magasins d'accessoires personnels	27
56,789	+ 4.6	58,560	...	115,349*	+ 19.8	Tous les autres magasins	28
386,932	+ 3.2	476,891	+ 15.9	863,824	+ 9.9	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 24. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Yukon and Northwest Territories - Yukon et Territoires du Nord-Ouest

July - 1989 - Juillet

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	-	-	7,162	+ 4.7	7,162	+ 4.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	-	-	1,795	+ 21.2	1,795	+ 21.2
3	All other food stores	-	-	389*	...	389	...
4	Department stores	-	-	-	-	-	-
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	x	x	x	x	11,772	+ 0.5
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	4,064	- 17.9	4,064	- 17.9
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	-	-	2,303	- 15.3	2,303	- 15.3
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	596	+ 16.8
13	Men's clothing stores	-	-	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	-	-	97	+ 2.9	97	+ 2.9
15	Family clothing stores	x	x	x	x	223	...
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	-	-	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	727	+ 18.5	727	+ 18.5
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	-	-	1,494	+ 8.1	1,494	+ 8.1
23	Book and stationery stores	-	-	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	-	-	898	+ 10.1	898	+ 10.1
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	1,292	+ 28.7
28	All other stores	x	x	x	x	4,598	+ 12.2
29	All stores	15,292	+ 1.5	26,456	+ 3.6	41,748	+ 2.8

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 24. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Canada

July - 1989 - Juillet

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	No
Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales - Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,506,288	- 2.4	939,710	+ 8.9	2,445,998	+ 1.6	Épiceries - Boucheries	1
194,110	+ 0.8	586,996	--	781,106	+ 0.2	Épiceries, confiseries et articles divers	2
26,464	+ 7.9	252,779	+ 7.1	279,242	+ 7.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
963,791	+ 3.2	-	-	963,791	+ 3.2	Grands magasins	4
163,066	+ 7.3	82,866	+ 26.3	245,933	+ 13.0	Magasins de marchandises diverses	5
77,784	- 4.0	141,780	+ 8.5	219,564	+ 3.7	Magasins généraux	6
64,306	- 6.5	13,178	- 0.8	77,484	- 5.6	Bazars	7
36,551	+ 1.3	2,899,933	- 3.7	2,936,485	- 3.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	103,336	+ 1.3	103,336	+ 1.3	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
361,246	+ 12.4	869,184	+ 3.4	1,230,430	+ 5.9	Stations-service	10
x	x	x	x	165,424	+ 3.4	Garages	11
20,544	- 5.1	346,520	+ 10.6	367,064	+ 9.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
60,338	+ 2.6	54,786	- 5.6	115,124	- 1.4	Magasins de vêtements pour hommes	13
174,966	+ 4.5	89,160	+ 0.3	264,126	+ 3.0	Magasins de vêtements pour dames	14
127,045	+ 5.9	57,559	+ 1.2	184,605	+ 4.4	Magasins de vêtements pour la famille	15
14,446	- 5.2	11,831	+ 15.4	26,277	+ 3.0	Magasins de chaussures spécialisées	16
73,137	+ 7.8	26,613	+ 5.0	99,750	+ 7.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
26,700	+ 1.7	163,072	+ 13.4	189,772	+ 11.6	Quincailleries	18
43,839	- 6.0	135,609	+ 2.7	179,447	+ 0.4	Magasins de meubles	19
6,536	+ 11.7	50,980	- 3.6	57,516	- 2.1	Magasins d'appareils ménagers	20
100,201	+ 5.7	64,660	- 3.2	164,861	+ 1.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
195,594	+ 10.4	449,066	+ 8.1	644,660	+ 8.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
34,592	- 3.3	40,091	+ 9.8	74,683	+ 3.2	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	43,652	+ 6.3	Fleuristes	24
39,628	+ 5.2	46,261	--	85,890	+ 2.3	Bijouteries	25
46,769	+ 14.9	228,136	+ 6.6	274,905	+ 7.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
96,583	+ 13.3	141,053	+ 15.0	237,636	+ 14.3	Magasins d'accessoires personnels	27
901,969	- 1.3	944,618	+ 9.8	1,846,587	+ 4.0	Tous les autres magasins	28
5,358,912	+ 1.6	8,946,436	+ 2.9	14,305,348	+ 2.4	Ensemble des magasins	29

Supplementary Data

Retail Trade

Données supplémentaires

Commerce de détail

TABLE 25. Retail Trade, Seasonally Adjusted, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area¹

Canada

		1989						
		January	February	March	April	May ^r	June ^r	July ^r
		Janvier	Février	Mars	Avril ^r	Mai ^r	Juin ^r	Juillet ^r
No.	Kind of business:	millions of dollars – millions de dollars						
1	Combination stores (groceries and meat)	2,405.7	2,382.4	2,405.8	2,417.3	2,442.4	2,458.5	2,473.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	689.3	692.3	691.2	676.2	701.0	701.5	706.2
3	All other food stores	258.9	257.9	255.5	257.8	257.5	264.1	267.3
4	Department stores	1,107.9	1,113.6	1,118.7	1,131.3	1,159.5	1,156.5	1,143.8
5	General merchandise stores	265.2	274.7	253.0	272.4	275.0	275.6	292.4
6	General stores	204.8	207.3	199.4	205.9	203.8	209.6	212.1
7	Variety stores	84.1	84.9	82.1	82.6	85.1	84.2	82.6
8	Motor vehicle dealers	3,048.9	3,058.7	3,011.0	3,130.6	3,075.1	3,013.8	2,955.3
9	Used car dealers	108.9	108.5	100.9	105.5	103.9	106.3	101.7
10	Service stations	1,062.8	1,079.9	1,097.4	1,111.0	1,131.3	1,128.8	1,135.6
11	Garages	156.2	158.6	158.3	158.9	162.0	163.9	161.9
12	Automotive parts and accessories stores	342.0	341.4	337.4	345.3	349.5	349.1	349.2
13	Men's clothing stores	144.9	145.2	142.5	147.1	148.5	154.7	145.7
14	Women's clothing stores	280.6	280.9	279.6	286.3	291.8	295.9	294.7
15	Family clothing stores	204.4	203.9	205.9	209.7	217.0	217.2	212.6
16	Specialty shoe stores	27.9	27.8	26.5	28.6	27.4	28.9	27.7
17	Family shoe stores	112.6	110.7	106.1	109.5	114.2	115.4	116.6
18	Hardware stores	164.0	165.0	158.1	166.0	167.7	170.1	167.5
19	Household furniture stores	186.1	186.4	179.6	186.4	178.6	176.7	176.3
20	Household appliance stores	59.7	56.8	57.0	60.8	60.4	60.6	59.6
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	144.7	148.7	148.0	154.6	156.4	163.1	148.7
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	655.3	657.7	673.5	661.5	668.1	676.4	679.5
23	Book and stationery stores	86.4	90.6	90.7	87.0	89.6	92.4	90.7
24	Florists	56.1	55.1	54.8	56.2	55.4	57.4	56.0
25	Jewellery stores	101.4	102.3	102.7	102.9	102.2	103.9	102.1
26	Sporting goods and accessories stores	245.0	230.9	222.3	231.5	244.8	236.6	240.2
27	Personal accessories stores	226.3	221.2	230.9	233.5	234.5	238.8	238.7
28	All other stores	1,727.7	1,701.0	1,709.8	1,755.3	1,751.9	1,767.7	1,782.4
29	TOTAL ALL STORES	14,158.0	14,144.4	14,099.2	14,371.5	14,454.6	14,467.7	14,420.8
Regions and Selected Metropolitan Areas:								
30	Newfoundland	264.2	265.5	266.9	272.9	273.3	278.5	273.6
31	Prince Edward Island	61.1	60.2	60.6	60.8	57.2	60.7	62.1
32	Nova Scotia	485.6	480.4	485.7	480.4	479.0	481.4	485.8
33	New Brunswick	358.1	351.9	359.9	360.0	359.6	360.3	361.0
34	Québec	3,481.5	3,488.7	3,475.7	3,525.9	3,551.5	3,581.7	3,585.6
35	Ontario	5,520.9	5,499.4	5,433.4	5,581.6	5,614.4	5,514.2	5,510.2
36	Manitoba	502.1	530.3	504.7	527.8	528.2	527.5	524.5
37	Saskatchewan	459.4	461.1	464.6	467.5	468.2	449.7	474.7
38	Alberta	1,370.0	1,354.6	1,377.5	1,461.1	1,423.3	1,423.1	1,425.4
39	British Columbia	1,633.4	1,638.0	1,623.9	1,679.4	1,688.1	1,711.2	1,722.1
40	Yukon and Northwest Territories	38.9	39.1	37.2	40.1	39.5	40.7	39.2
41	Montréal	1,534.1	1,553.6	1,545.2	1,562.3	1,582.3	1,566.7	1,570.3
42	Toronto	2,117.0	2,098.6	2,058.7	2,132.8	2,162.7	2,113.3	2,123.7
43	Winnipeg	327.3	337.7	324.4	334.1	336.5	332.1	332.7
44	Vancouver	839.3	835.3	837.3	861.5	864.2	881.0	879.5

¹ Each series of Table 25 excluding the "total all stores" has been adjusted separately by dividing the unadjusted series by the appropriate combined factor in Table 27. The total all stores has been derived by the summation of the seasonally adjusted kinds of business totals.

² Per cent change is calculated on data expressed in thousands of dollars.

TABLEAU 25. Commerce de détail, désaisonnalisé, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine¹

Canada

1989	1988					Per cent change ²			
						Variation procentuelle ²			
August ^P	August	September	October	November	December	July/ June 1989	August/ July 1989		
Août ^P	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet/ Juin 1989	Août/ Juillet 1989		NO
millions of dollars – millions de dollars									
Genre de commerce:									
2,474.4	2,315.3	2,328.4	2,370.8	2,326.0	2,380.1	+0.6	--	Épicerie – Boucheries	1
731.1	691.1	697.5	701.4	718.8	674.8	+0.7	+3.5	Épicerie, confiseries et articles divers	2
268.7	250.0	253.7	255.4	257.0	260.6	+1.2	+0.5	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,159.7	1,109.6	1,115.0	1,121.5	1,115.0	1,129.8	-1.1	+1.4	Grands magasins	4
277.4	247.5	260.0	264.7	261.5	267.5	+6.1	-5.1	Magasins de marchandises diverses	5
209.7	203.0	204.1	210.4	207.9	201.2	+1.2	-1.1	Magasins généraux	6
85.2	85.7	86.3	86.9	89.8	85.3	-1.9	+3.1	Bazars	7
2,957.5	2,980.4	3,077.7	2,989.6	3,066.8	3,236.5	-1.9	+0.1	Concessionnaires d'automobiles	8
104.6	107.4	104.2	104.6	107.1	109.9	-4.4	+2.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,134.5	1,057.3	1,049.8	1,054.3	1,053.1	1,072.7	+0.6	-0.1	Stations-service	10
163.1	158.1	158.1	157.0	157.9	153.9	-1.2	+0.7	Garages	11
347.1	316.9	322.0	332.2	307.9	335.5	--	-0.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
147.1	140.0	146.2	146.3	143.3	147.8	-5.8	+1.0	Magasins de vêtements pour hommes	13
292.1	276.0	280.9	286.6	280.5	287.7	-0.4	-0.9	Magasins de vêtements pour dames	14
209.4	197.4	202.2	207.7	202.6	209.1	-2.1	-1.5	Magasins de vêtements pour la famille	15
26.9	26.2	26.5	27.5	24.0	30.8	-4.1	-2.7	Magasins de chaussures spécialisées	16
116.1	107.1	108.3	112.7	96.6	113.6	+1.1	-0.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
172.7	151.3	152.5	155.0	158.5	158.9	-1.5	+3.1	Quincailleries	18
176.4	171.9	168.9	165.7	179.0	177.0	-0.2	+0.1	Magasins de meubles	19
60.0	57.9	58.0	58.0	59.2	58.8	-1.6	+0.6	Magasins d'appareils ménagers	20
159.6	144.9	145.8	142.3	145.8	145.6	-8.8	+7.3	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
685.1	624.5	635.0	637.5	646.2	652.9	+0.5	+0.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
92.4	84.1	85.8	85.5	86.6	91.1	-1.8	+1.9	Librairies et papeteries	23
57.7	52.3	53.2	53.2	56.8	55.2	-2.4	+3.0	Fleuristes	24
103.1	99.1	102.2	103.4	101.8	103.8	-1.7	+0.9	Bijouteries	25
240.8	230.8	228.2	230.2	227.7	236.1	+1.5	+0.2	Magasins d'articles de sport et accessoires	26
239.4	208.5	216.6	220.2	233.0	227.7	--	+0.3	Magasins d'accessoires personnels	27
1,762.2	1,655.7	1,653.0	1,677.2	1,654.9	1,682.9	+0.8	-1.1	Tous les autres magasins	28
14,453.9	13,750.0	13,920.3	13,958.1	13,965.2	14,286.9	-0.3	+0.2	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines:									
270.6	256.3	263.2	259.9	260.5	272.2	-1.8	-1.1	Terre-Neuve	30
61.7	59.5	59.2	59.6	60.9	60.9	+2.3	-0.6	Île-du-Prince-Édouard	31
482.7	468.1	473.6	476.3	473.9	482.2	+0.9	-0.6	Nouvelle-Écosse	32
365.6	347.3	353.1	349.6	349.3	352.2	+0.2	+1.3	Nouveau-Brunswick	33
3,580.8	3,440.3	3,491.3	3,502.1	3,454.8	3,528.6	+0.1	-0.1	Québec	34
5,534.5	5,328.8	5,327.1	5,394.1	5,348.1	5,482.5	-0.1	+0.4	Ontario	35
511.7	494.5	503.5	500.0	508.2	504.9	-0.6	-2.4	Manitoba	36
462.0	454.2	460.7	464.9	460.3	459.7	+5.6	-2.7	Saskatchewan	37
1,418.9	1,325.8	1,337.0	1,356.7	1,365.0	1,375.0	+0.2	-0.5	Alberta	38
1,726.9	1,545.3	1,554.4	1,577.2	1,603.3	1,623.5	+0.6	+0.3	Colombie-Britannique	39
40.1	38.1	37.8	38.6	39.1	38.6	-3.6	+2.1	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
1,566.9	1,544.4	1,550.9	1,562.2	1,543.3	1,570.3	+0.2	-0.2	Montréal	41
2,167.8	2,079.9	2,061.0	2,088.3	2,041.1	2,107.9	+0.5	+2.1	Toronto	42
331.7	324.3	326.4	325.2	328.4	326.1	+0.2	-0.3	Winnipeg	43
876.5	787.5	792.7	806.1	817.8	829.8	-0.2	-0.3	Vancouver	44

¹ Chacune des séries du tableau 25 excluant "l'ensemble des magasins" a été ajustée individuellement en divisant la série brute par le facteur combiné approprié du tableau 27. Le total pour l'ensemble des magasins a été obtenu en additionnant les totaux désaisonnalisés de tous les genres de commerce.

² Les variations procentuelles sont calculées sur des données exprimées en milliers de dollars.

TABLE 26. Retail Trade, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area
Canada

		1989						
		January	February	March	April	May	June	July ^r
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet ^r
No.		millions of dollars – millions de dollars						
Kind of business:								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,214.9	2,160.0	2,453.5	2,363.3	2,431.5	2,613.4	2,446.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	613.2	585.0	656.6	654.6	721.9	753.8	781.1
3	All other food stores	225.3	221.2	253.4	240.2	263.0	280.8	279.2
4	Department stores	738.4	734.0	967.3	1,022.1	1,131.6	1,130.7	963.8
5	General merchandise stores	210.6	205.0	240.4	244.9	264.4	265.5	245.9
6	General stores	169.4	166.5	188.3	192.7	216.1	232.2	219.6
7	Variety stores	52.1	55.1	70.3	72.5	83.8	86.3	77.5
8	Motor vehicle dealers	2,322.8	2,596.4	3,279.3	3,799.0	3,830.8	3,467.8	2,936.5
9	Used car dealers	82.3	87.2	110.2	119.5	124.7	120.4	103.3
10	Service stations	981.6	954.9	1,069.0	1,056.4	1,177.2	1,205.0	1,230.4
11	Garages	140.4	136.2	152.8	156.9	175.4	178.2	165.4
12	Automotive parts and accessories stores	237.9	206.2	266.3	337.9	421.3	433.4	367.1
13	Men's clothing stores	107.2	84.5	111.0	137.0	151.8	163.8	115.1
14	Women's clothing stores	216.9	186.7	249.8	285.2	301.3	298.9	264.1
15	Family clothing stores	146.5	126.7	175.7	198.0	213.4	217.1	184.6
16	Specialty shoe stores	24.8	19.0	22.0	28.7	29.8	31.5	26.3
17	Family shoe stores	81.5	64.8	87.7	110.9	121.1	118.9	99.7
18	Hardware stores	112.9	104.8	124.0	155.1	209.1	217.3	189.8
19	Household furniture stores	160.0	151.4	163.1	175.6	175.6	185.5	179.4
20	Household appliance stores	52.0	43.8	52.5	55.8	60.5	64.0	57.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	125.8	113.2	134.0	141.7	152.4	170.7	164.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	628.6	598.2	666.1	625.3	656.6	673.8	644.7
23	Book and stationery stores	74.4	75.3	80.9	69.2	75.9	80.3	74.7
24	Florists	39.9	57.4	55.9	50.9	80.9	60.4	43.7
25	Jewellery stores	64.7	66.0	71.1	77.3	92.7	99.8	85.9
26	Sporting goods and accessories stores	185.0	153.8	183.7	240.0	319.2	314.0	274.9
27	Personal accessories stores	182.7	164.9	196.9	195.9	217.7	235.9	237.6
28	All other stores	1,333.9	1,283.9	1,571.0	1,584.8	1,787.4	1,896.1	1,846.6
29	TOTAL ALL STORES	11,525.8	11,402.1	13,652.7	14,391.6	15,487.0	15,595.1	14,305.3
Regions and Selected Metropolitan Areas:								
30	Newfoundland	204.9	207.8	260.0	272.5	300.3	299.6	276.2
31	Prince Edward Island	46.1	43.8	54.7	58.5	60.3	69.6	70.0
32	Nova Scotia	390.1	378.0	469.0	477.0	502.6	514.3	489.2
33	New Brunswick	283.4	278.8	345.4	348.1	384.5	385.1	365.2
34	Québec	2,763.9	2,782.2	3,418.1	3,606.7	3,973.0	3,903.8	3,560.9
35	Ontario	4,523.2	4,418.1	5,222.8	5,516.1	5,931.3	5,979.0	5,385.5
36	Manitoba	408.9	424.4	481.1	531.2	557.7	570.1	508.6
37	Saskatchewan	377.3	370.7	439.2	467.1	492.9	493.9	469.8
38	Alberta	1,126.1	1,116.9	1,342.0	1,428.3	1,496.0	1,524.2	1,400.8
39	British Columbia	1,371.3	1,350.5	1,584.9	1,649.5	1,748.1	1,810.2	1,737.3
40	Yukon and Northwest Territories	30.7	30.9	35.4	36.7	40.4	45.3	41.7
41	Montréal	1,227.9	1,241.7	1,522.7	1,596.1	1,738.4	1,707.6	1,509.8
42	Toronto	1,783.8	1,724.3	2,020.1	2,122.2	2,259.3	2,259.3	2,012.8
43	Winnipeg	266.8	270.6	312.0	335.9	353.6	349.6	316.1
44	Vancouver	727.8	705.9	821.5	847.6	886.7	922.5	863.8

TABLEAU 26. Commerce de détail, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine

Canada

1989		1988				Per cent change			
						Variation procentuelle			
August ^P	August	September	October	November	December	July 1989/1988	August 1989/1988		
Août ^P	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Juillet 1989/1988	Août 1989/1988		
millions of dollars – millions de dollars						%	%		No
Genre de commerce:									
2,462.4	2,224.1	2,364.9	2,330.8	2,246.2	2,812.6	+ 1.6	+ 10.7	Épiceries – Boucheries	1
796.0	742.7	714.9	706.5	684.0	712.5	+ 0.2	+ 7.1	Épiceries, confiseries et articles divers	2
276.5	253.5	249.6	249.7	246.5	329.7	+ 7.2	+ 9.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,094.9	1,028.3	1,106.0	1,112.8	1,444.5	2,184.8	+ 3.2	+ 6.5	Grands magasins	4
246.6	227.4	276.4	301.4	362.7	359.4	+ 13.0	+ 8.4	Magasins de marchandises diverses	5
220.6	211.5	208.4	214.2	207.3	240.4	+ 3.7	+ 4.3	Magasins généraux	6
84.6	84.5	84.9	86.3	106.0	163.8	-5.6	+ 0.1	Bazars	7
2,913.7	2,955.5	2,846.0	2,990.8	2,966.5	2,604.1	-3.6	-1.4	Concessionnaires d'automobiles	8
109.5	111.6	110.4	104.6	100.8	86.6	+ 1.3	-1.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,223.6	1,137.7	1,057.8	1,064.9	1,034.6	1,073.7	+ 5.9	+ 7.5	Stations-service	10
169.9	163.0	159.5	162.4	168.3	144.5	+ 3.4	+ 4.2	Garages	11
333.7	302.9	312.8	331.8	364.2	445.3	+ 9.6	+ 10.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
112.5	108.5	143.3	157.4	185.3	295.1	-1.4	+ 3.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
280.6	262.1	308.8	299.4	305.9	447.9	+ 3.0	+ 7.0	Magasins de vêtements pour dames	14
214.9	201.2	215.4	213.9	228.1	376.2	+ 4.4	+ 6.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
26.3	25.6	29.4	29.9	26.7	36.9	+ 3.0	+ 2.5	Magasins de chaussures spécialisées	16
114.5	102.7	120.0	127.9	121.8	164.2	+ 7.0	+ 11.4	Magasins de chaussures pour la famille	17
178.9	155.8	153.5	153.9	164.1	196.1	+ 11.6	+ 14.8	Quincailleries	18
186.4	180.2	178.6	173.8	193.3	205.3	+ 0.4	+ 3.4	Magasins de meubles	19
60.4	59.0	61.1	60.4	65.1	76.4	-2.1	+ 2.4	Magasins d'appareils ménagers	20
169.5	152.4	151.9	147.1	156.5	177.5	+ 1.9	+ 11.1	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
676.4	616.1	627.5	635.0	642.2	845.4	+ 8.8	+ 9.7	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
91.4	83.6	84.9	79.3	97.4	186.2	+ 3.2	+ 9.3	Librairies et papeteries	23
49.0	44.1	46.6	46.0	48.0	84.0	+ 6.3	+ 10.9	Fleuristes	24
89.8	86.2	85.9	88.8	113.7	302.9	+ 2.3	+ 4.1	Bijouteries	25
260.0	242.5	209.8	177.0	187.8	320.6	+ 7.9	+ 7.1	Magasins d'articles de sport et accessoires	26
250.9	217.4	212.2	209.0	248.7	409.6	+ 14.3	+ 15.3	Magasins d'accessoires personnels	27
1,834.1	1,711.1	1,652.4	1,645.6	1,737.1	2,491.3	+ 4.0	+ 7.1	Tous les autres magasins	28
14,527.4	13,691.3	13,773.1	13,900.7	14,453.5	17,773.0	+ 2.4	+ 6.1	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines:									
277.9	261.6	255.8	254.0	274.7	343.8	+ 4.7	+ 6.2	Terre-Neuve	30
69.4	66.1	58.4	58.5	61.9	75.2	+ 6.6	+ 5.0	Île-du-Prince-Édouard	31
488.0	471.4	468.3	472.2	496.7	623.2	+ 3.1	+ 3.5	Nouvelle-Écosse	32
372.7	351.7	351.2	350.7	369.8	445.7	+ 3.4	+ 5.9	Nouveau-Brunswick	33
3,653.6	3,457.3	3,492.2	3,488.4	3,509.5	4,160.5	-0.6	+ 5.6	Québec	34
5,460.9	5,212.5	5,267.8	5,358.5	5,624.8	7,075.3	+ 1.5	+ 4.7	Ontario	35
506.2	488.6	506.6	508.2	536.4	641.7	+ 3.1	+ 3.5	Manitoba	36
467.4	452.1	452.6	473.3	485.3	570.1	+ 1.5	+ 3.3	Saskatchewan	37
1,428.1	1,318.6	1,329.1	1,354.1	1,426.1	1,738.4	+ 5.1	+ 8.3	Alberta	38
1,760.9	1,571.5	1,551.1	1,544.0	1,629.4	2,051.0	+ 9.4	+ 12.0	Colombie-Britannique	39
42.4	39.9	40.0	38.9	38.8	48.1	+ 2.8	+ 6.0	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
1,559.6	1,503.2	1,548.9	1,560.2	1,595.3	1,942.6	-1.7	+ 3.7	Montréal	41
2,085.8	1,969.9	2,010.5	2,071.0	2,172.7	2,759.4	+ 0.6	+ 5.8	Toronto	42
326.7	317.5	331.9	327.9	346.5	427.2	-2.1	+ 2.9	Winnipeg	43
864.0	770.5	786.6	794.0	836.9	1,066.9	+ 9.9	+ 12.1	Vancouver	44

TABLE 27. Retail Trade, MCD and Combined, Seasonal and Trading Day Factors

TABLEAU 27. Commerce de détail, MDC et coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux

Canada

		1989			
		MCD in August	July ¹	August ^P	September ¹
		MDC en Août	Juillet ¹	Août ^P	Septembre ¹
Combination stores (groceries and meat) – Épiceries – Boucheries	2		98.88	99.52	103.08
Grocery, confectionery and sundries stores – Épiceries, confiseries et articles divers	2				103.16
All other food stores – Tous les autres magasins d'aliments	3		110.61	108.87	98.30
Department stores – Grands magasins	3		104.45	102.89	100.02
General merchandise stores – Magasins de marchandises diverses	3		84.26	94.41	104.48
General stores – Magasins généraux	5		84.11	88.89	103.32
Variety stores – Bazaars	3		103.52	105.20	101.12
Motor vehicle dealers – Concessionnaires d'automobiles	5		93.81	99.31	89.52
Used car dealers – Vendeurs d'automobiles d'occasion	4		99.36	98.52	104.40
Service stations – Stations-service	3		101.66	104.69	100.33
Garages	2		108.35	107.85	99.73
Automotive parts and accessories stores – Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	3		102.15	104.19	
Men's clothing stores – Magasins de vêtements pour hommes	4		105.13	96.14	97.76
Women's clothing stores – Magasins de vêtements pour dames	4		79.02	76.45	99.51
Family clothing stores – Magasins de vêtements pour la famille	3		89.64	96.07	111.22
Specialty shoe stores – Magasins de chaussures spécialisées	3		86.84	102.63	107.95
Family shoe stores – Magasins de chaussures pour la famille	4		94.95	97.62	112.43
Hardware stores – Quincailleries	4		85.53	98.66	113.61
Household furniture stores – Magasins de meubles	3		113.29	103.56	101.08
Household appliance stores – Magasins d'appareils ménagers	4		101.81	105.69	106.87
Furniture, TV, radio and appliance stores – Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	4		96.44	100.74	105.68
Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores – Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	3		110.88	106.17	105.84
Book and stationery stores – Librairies et papeteries	2		94.87	98.72	98.10
Florists – Fleuristes	3		82.35	98.88	99.17
Jewellery stores – Bijouteries	4		77.94	84.87	88.31
Sporting goods and accessories stores – Magasins d'articles de sport et d'accessoires	3		84.08	87.17	84.36
Personal accessories stores – Magasins d'accessoires personnels	3		114.43	107.95	91.79
All other stores – Tous les autres magasins	2		99.56	104.79	97.60
	..		103.60	104.07	..
All stores – Total – Ensemble des magasins	..		99.19	100.50	..
Regions and Selected Metropolitan Areas – Régions et certaines zones métropolitaines:					
Newfoundland – Terre-Neuve	3		100.97	102.67	97.34
Prince Edward Island – Île-du-Prince-Édouard	3		112.64	112.41	97.29
Nova Scotia – Nouvelle-Écosse	3		100.70	101.09	98.22
New Brunswick – Nouveau-Brunswick	2		100.70	101.09	98.22
Québec	3		101.16	101.93	100.31
Ontario	3		99.31	102.03	99.19
Manitoba	3		97.74	98.67	98.52
Saskatchewan	3		96.96	98.93	100.36
Alberta	3		98.98	101.18	97.21
British Columbia – Colombie-Britannique	2		98.28	100.64	99.49
Yukon and Northwest Territories – Yukon et Territoires du Nord-Ouest	2		100.88	101.97	100.36
Montréal	3		106.37	105.68	106.35
Toronto	3		96.14	99.54	98.94
Winnipeg	2		94.78	96.22	97.55
Vancouver	3		95.03	98.49	101.53
	2		98.22	98.57	99.58

¹ Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the Appendix VI.¹ Prévvision des coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter l'Appendice VI.

TABLE 28. Retail Trade, Canada, Current and Constant Dollar Estimates, 1987-1989

TABLEAU 28. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants, 1987-1989

	Unadjusted Non désaisonnalisé					Seasonally adjusted Désaisonnalisé				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1981 dollars	Year/year per cent change	Price index	Current dollars	Month/ month per cent change	Constant 1981 dollars ¹	Month/ month per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pour- centage pour l'année	Dollars constants 1981	Variation en pour- centage pour l'année	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pour- centage pour le mois	Dollars constants 1981 ¹	Variation en pour- centage pour le mois
millions of dollars – millions de dollars										
1987:										
January – Janvier	128.0	10,271.7	+5.3	8,025.3	+1.8	127.8	11,900.2	-0.6	9,312.4	-0.9
February – Février	128.0	9,951.1	+7.6	7,773.8	+4.1	127.7	12,288.6	+3.3	9,625.9	+3.4
March – Mars	128.0	11,492.2	+8.3	8,977.9	+4.3	128.1	12,345.5	+0.5	9,634.0	+0.1
April – Avril	128.1	12,867.4	+10.6	10,043.6	+6.6	128.3	12,672.1	+2.6	9,876.5	+2.5
May – Mai	128.7	13,508.4	+6.4	10,495.7	+2.9	128.7	12,605.7	-0.5	9,791.2	-0.9
June – Juin	128.8	13,608.3	+15.1	10,563.6	+11.1	129.0	12,966.3	+2.9	10,052.4	+2.7
July – Juillet	130.2	13,278.5	+11.2	10,200.9	+6.9	129.9	12,833.6	-1.0	9,882.4	-1.7
August – Août	129.8	12,728.2	+7.3	9,805.1	+3.6	129.6	12,946.3	+0.9	9,985.7	+1.0
September – Septembre	129.4	12,616.2	+9.3	9,747.6	+5.6	130.0	13,026.7	+0.6	10,022.3	+0.4
October – Octobre	130.2	13,760.8	+12.7	10,570.7	+8.7	130.7	13,221.5	+1.5	10,116.5	+0.9
November – Novembre	130.7	13,380.1	+9.7	10,237.6	+6.1	130.9	13,262.1	+0.3	10,129.7	+0.1
December – Décembre	130.4	16,269.8	+12.4	12,477.6	+8.9	131.0	13,373.6	+0.8	10,211.1	+0.8
Year – Année	129.3	153,732.8	+9.8	118,919.3	+6.0
1988:										
January – Janvier	131.8	11,134.0	+8.4	8,443.4	+5.2	131.3	13,266.7	-0.8	10,088.6	-1.2
February – Février	131.9	10,959.4	+10.1	8,300.5	+6.8	131.7	13,161.2	-0.8	9,982.0	-1.1
March – Mars	131.9	13,177.8	+14.7	9,985.6	+11.2	131.9	13,595.2	+3.3	10,293.8	+3.1
April – Avril	132.2	13,666.3	+6.2	10,331.6	+2.9	132.2	13,404.2	-1.4	10,120.5	-1.7
May – Mai	132.5	14,267.5	+5.6	10,761.7	+2.5	132.5	13,597.3	+1.4	10,242.6	+1.2
June – Juin	132.9	14,432.9	+6.1	10,853.0	+2.7	132.9	13,555.0	-0.3	10,182.4	-0.6
July – Juillet	133.9	13,960.8	+5.1	10,417.3	+2.1	133.5	13,748.8	+1.4	10,283.1	+1.0
August – Août	133.9	13,691.3	+7.5	10,218.9	+4.2	133.9	13,750.0	--	10,254.5	-0.3
September – Septembre	133.9	13,773.1	+9.1	10,275.9	+5.4	134.4	13,920.3	+1.2	10,342.5	+0.9
October – Octobre	133.9	13,900.7	+1.0	10,377.2	-1.8	134.4	13,958.1	+0.3	10,374.6	+0.3
November – Novembre	134.9	14,453.5	+8.0	10,711.0	+4.6	135.0	13,965.2	+0.1	10,333.0	-0.4
December – Décembre	135.1	17,773.0	+9.2	13,150.2	+5.4	135.3	14,286.9	+2.3	10,545.9	+2.1
Year – Année	133.4	165,190.3	+7.5	123,826.4	+4.1
1989:										
January – Janvier	135.8	11,525.8	+3.5	8,469.3	+0.3	135.8	14,158.0	-0.9	10,426.0	-1.1
February – Février	136.8	11,402.1	+4.0	8,312.3	+0.1	136.7	14,144.4	-0.1	10,344.3	-0.8
March – Mars	137.4	13,652.7	+3.6	9,937.1	-0.5	137.3	14,099.2	-0.3	10,267.7	-0.7
April – Avril	137.9	14,391.6	+5.3	10,434.9	+1.0	138.0	14,371.5	+1.9	10,414.6	+1.4
May – Mai	139.1	15,487.0	+8.5	11,136.0	+3.5	139.2 ^r	14,454.6 ^r	+0.6 ^r	10,384.2 ^r	-0.3 ^r
June – Juin	140.0	15,595.1	+8.0	11,138.8	+2.6	140.0 ^r	14,467.7 ^r	+0.1 ^r	10,337.0 ^r	-0.5 ^r
July ^f – Juillet ^f	141.2	14,305.3	+2.4	10,133.3	-2.7	140.8	14,420.8	-0.3	10,245.7	-0.9
August ^p – Août ^p	141.0	14,527.4	+6.1	10,302.5	+0.8	141.0	14,453.9	+0.2	10,254.3	+0.1
September – Septembre										
October – Octobre										
November – Novembre										
December – Décembre										
Year – Année										

¹ Seasonally adjusted constant dollar estimates are derived by deflating with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate. For more details, see the Appendix VI and VII.

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constant s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants. Pour plus de détails, consulter l'appendice VI et VII.

TABLE 29. Retail Trade, by Kind of Business and by Kind of Business Group, Canada

		1989						
		January	February	March	April	May	June	July ^r
No.		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet ^r
Kind of business:		thousands of dollars – milliers de dollars						
1	Combination stores (groceries and meat)	2,214,876	2,160,005	2,453,457	2,363,263	2,431,497	2,613,359	2,445,998
2	Grocery confectionery and sundries stores	613,226	584,971	656,558	654,645	721,869	753,795	781,106
3	All other food stores	225,345	221,189	253,418	240,220	263,036	280,759	279,242
4	Food group	3,053,447	2,966,165	3,363,433	3,258,128	3,416,402	3,647,913	3,506,346
5	Department stores	738,393	733,963	967,308	1,022,150	1,131,556	1,130,685	963,791
6	General merchandise stores	210,580	204,956	240,441	244,932	264,440	265,549	245,933
7	General stores	169,355	166,505	188,337	192,746	216,102	232,171	219,564
8	Variety stores	52,104	55,150	70,262	72,474	83,802	86,290	77,484
9	General merchandise group	1,170,432	1,160,574	1,466,348	1,532,302	1,695,900	1,714,695	1,506,772
10	Men's clothing stores	107,238	84,518	110,957	137,032	151,800	163,805	115,124
11	Women's clothing stores	216,873	186,729	249,843	285,155	301,316	298,912	264,126
12	Family clothing stores	146,468	126,697	175,664	197,992	213,426	217,090	184,605
13	Specialty shoe stores	24,789	19,012	21,960	28,664	29,839	31,460	26,277
14	Family shoe stores	81,531	64,782	87,723	110,913	121,088	118,873	99,750
15	All other apparel and accessories stores	110,864	91,975	108,415	111,779	110,902	123,124	108,227
16	Apparel and accessories group	687,763	573,713	754,562	871,535	928,371	953,264	798,109
17	Hardware stores	112,923	104,782	124,028	155,142	209,108	217,269	189,772
18	Household furniture stores	159,978	151,389	163,082	175,638	175,596	185,477	179,447
19	Household appliance stores	52,030	43,809	52,481	55,756	60,524	63,966	57,516
20	Furniture, T.V., radio and appliance stores	125,790	113,153	134,001	141,720	152,353	170,703	164,861
21	Appliance repair shops	31,507	29,591	32,139	33,049	37,058	38,990	38,184
22	All other home furnishings stores	381,886	352,473	415,209	403,566	418,621	438,518	423,916
23	Hardware and home furnishings	864,114	795,197	920,940	964,871	1,053,260	1,114,923	1,053,696
24	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	628,627	598,246	666,056	625,279	656,649	673,779	644,660
25	Book and stationery stores	74,418	75,255	80,924	69,192	75,891	80,284	74,683
26	Florists	39,896	57,436	55,895	50,933	80,894	60,373	43,652
27	Jewellery stores	64,731	65,957	71,059	77,264	92,691	99,761	85,890
28	Jewellery repair shops	5,230	3,069	3,366	3,377	3,734	3,879	3,160
29	Sporting goods and accessories stores	185,001	153,835	183,750	240,002	319,168	313,951	274,905
30	Personal accessories stores	182,692	164,877	196,911	195,923	217,658	235,853	237,636
31	Alcoholic beverage stores	365,553	374,937	497,968	454,324	504,909	575,173	601,155
32	All other stores	222,796	214,135	266,775	326,161	441,979	442,199	413,450
33	Other stores group	1,768,944	1,707,747	2,022,704	2,042,455	2,393,573	2,485,252	2,379,191
34	Total excluding automotive group	7,544,700	7,203,396	8,527,987	8,669,291	9,487,506	9,916,047	9,244,114
35	Motor vehicle dealers	2,322,815	2,596,431	3,279,264	3,799,035	3,830,775	3,467,759	2,936,485
36	Used car dealers	82,330	87,230	110,164	119,519	124,681	120,352	103,336
37	Service stations	981,574	954,874	1,069,010	1,056,383	1,177,194	1,205,046	1,230,430
38	Garages	140,383	136,226	152,839	156,934	175,416	178,181	165,424
39	Automotive parts and accessories stores	237,908	206,202	266,320	337,877	421,254	433,433	367,064
40	All other automotive businesses	216,082	217,725	247,094	252,535	270,200	274,264	258,495
41	Automotive group	3,981,092	4,198,688	5,124,691	5,722,283	5,999,520	5,679,035	5,016,234
42	TOTAL ALL STORES	11,525,792	11,402,084	13,652,678	14,391,574	15,487,026	15,595,082	14,305,348

TABLEAU 29. Commerce de détail par genre de commerce et par groupes de genres de commerce, Canada

						Per cent change		
1989	1988					Variation procen-tuelle		
August ^P	August	September	October	November	December	August 1989/1988		
Août ^P	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août 1989/1988		
thousands of dollars – milliers de dollars								
							Genre de commerce:	
2,462,441	2,224,057	2,364,938	2,330,839	2,246,242	2,812,605	+ 10.7	Épiceries – Boucheries	1
796,007	742,683	714,921	706,463	683,972	712,494	+ 7.1	Épiceries, confiseries et articles divers	2
276,456	253,479	249,551	249,729	246,514	329,664	+ 9.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
3,534,904	3,220,219	3,329,410	3,287,031	3,176,728	3,854,763	+ 9.8	Groupe de l'alimentation	4
1,094,878	1,028,345	1,106,044	1,112,843	1,444,476	2,184,766	+ 6.5	Grands magasins	5
246,559	227,367	276,429	301,423	362,674	359,433	+ 8.4	Magasins de marchandises diverses	6
220,593	211,486	208,443	214,248	207,331	240,424	+ 4.3	Magasins généraux	7
84,582	84,477	84,869	86,319	105,977	163,771	+ 0.1	Bazars	8
1,646,612	1,551,675	1,675,785	1,714,833	2,120,458	2,948,394	+ 6.1	Groupe de marchandises diverses	9
112,470	108,490	143,309	157,362	185,339	295,071	+ 3.6	Magasins de vêtements pour hommes	10
280,647	262,121	308,799	299,417	305,913	447,853	+ 7.0	Magasins de vêtements pour dames	11
214,909	201,172	215,448	213,949	228,127	376,193	+ 6.8	Magasins de vêtements pour la famille	12
26,286	25,634	29,364	29,914	26,731	36,914	+ 2.5	Magasins de chaussures spécialisées	13
114,500	102,743	120,029	127,870	121,758	164,188	+ 11.4	Magasins de chaussures pour la famille	14
124,465	114,882	121,228	135,597	150,329	186,884	+ 8.3	Autres magasins de vêtements et accessoires	15
873,277	815,042	938,177	964,109	1,018,197	1,507,103	+ 7.1	Habillement et accessoires	16
178,899	155,793	153,550	153,906	164,143	196,082	+ 14.8	Quincailleries	17
186,389	180,217	178,551	173,796	193,298	205,259	+ 3.4	Magasins de meubles	18
60,415	58,966	61,054	60,397	65,124	76,353	+ 2.4	Magasins d'appareils ménagers	19
169,462	152,395	151,855	147,149	156,458	177,532	+ 11.1	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	20
42,220	34,690	34,087	31,823	32,048	37,464	+ 21.7	Réparation d'appareils électro-ménagers	21
450,872	406,882	422,641	447,769	502,968	681,921	+ 10.8	Autres articles d'ameublement	22
1,088,257	988,943	1,001,738	1,014,840	1,114,039	1,374,611	+ 10.0	Groupe des quincailleries, meubles et fournitures de maison	23
676,386	616,121	627,549	635,020	642,195	845,443	+ 9.7	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	24
91,362	83,553	84,928	79,260	97,418	186,247	+ 9.3	Librairies et papeteries	25
48,977	44,137	46,562	45,970	48,034	84,004	+ 10.9	Fleuristes	26
89,849	86,233	85,947	88,823	113,709	302,939	+ 4.1	Bijouteries	27
3,547	2,926	3,257	2,883	3,218	5,104	+ 21.2	Ateliers de réparation de bijoux	28
259,961	242,536	209,838	176,968	187,798	320,612	+ 7.1	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	29
250,866	217,423	212,226	208,955	248,728	409,588	+ 15.3	Magasins d'accessoires personnels	30
566,379	554,976	510,614	480,082	497,536	972,547	+ 2.1	Magasins de boissons alcooliques	31
377,882	354,579	316,310	313,856	317,434	396,369	+ 6.6	Tous les autres magasins	32
2,365,209	2,202,484	2,097,231	2,031,817	2,156,070	3,522,853	+ 7.4	Groupe de tous les autres magasins	33
9,508,259	8,778,363	9,042,341	9,012,630	9,585,492	13,207,724	+ 8.3	Total excluant groupe de l'automobile	34
2,913,743	2,955,536	2,845,966	2,990,793	2,966,543	2,604,056	- 1.4	Concessionnaires d'automobiles	35
109,477	111,641	110,425	104,601	100,758	86,575	- 1.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	36
1,223,561	1,137,703	1,057,779	1,064,940	1,034,617	1,073,717	+ 7.5	Stations-service	37
169,885	162,964	159,505	162,394	168,267	144,521	+ 4.2	Garages	38
333,736	302,929	312,837	331,790	364,219	445,350	+ 10.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	39
268,691	242,179	244,256	233,595	233,565	211,047	+ 10.9	Autres commerces dans le domaine de l'automobiles	40
5,019,093	4,912,952	4,730,768	4,888,113	4,867,969	4,565,266	+ 2.2	Groupe de l'automobile	41
14,527,352	13,691,315	13,773,109	13,900,743	14,453,461	17,772,990	+ 6.1	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	42

TABLE 30. Retail Trade, by Kind of Business Group,¹ 1987-1989
Yukon

TABLEAU 30. Commerce de détail, par groupes de genres de commerce¹, 1987-1989
Yukon

	Food group	General merchandise and apparel group	Automobile dealers	Automotive group	Hardware, home furnishings and other retail stores group	Total all stores	Per cent ² change
	Groupe d'alimentation	Groupe de magasins de marchandises diverses et de magasins de vêtements	Concessionnaires d'automobiles	Groupe d'automobiles	Groupe de quincailleries, de magasins de meubles et de tous les autres magasins de détail	Total, ensemble des magasins	Variation ² procentuelle
thousands of dollars – milliers de dollars							
1987:							
January – Janvier	3,310	2,033	1,302	1,130	1,937	9,712	+ 8.3
February – Février	3,155	2,176	1,680	1,147	1,964	10,122	+ 22.3
March – Mars	3,255	2,422	1,510	1,337	2,261	10,785	+ 17.4
April – Avril	3,819	2,467	1,851	1,365	2,671	12,173	+ 21.4
May – Mai	4,038	2,864	2,323	1,874	2,837	13,936	+ 21.6
June – Juin	4,272	3,002	1,829	2,297	3,482	14,882	+ 12.4
July – Juillet	5,105	3,147	2,814	2,677	3,801	17,544	+ 14.6
August – Août	4,452	3,276	2,349	2,470	3,399	15,946	+ 11.4
September – Septembre	3,651	3,009	2,189	1,851	2,970	13,670	+ 8.0
October – Octobre	3,666	3,586	1,968	1,022	2,796	13,038	+ 2.3
November – Novembre	3,386	3,771	2,466	889	2,808	13,320	+ 16.8
December – Décembre	4,188	5,068	1,627	1,060	3,990	15,933	+ 10.2
Year – Année	46,297	36,821	23,908	19,119	34,916	161,061	+ 13.4
1988:							
January – Janvier	3,694	1,953	1,878	771	2,234	10,530	+ 8.4
February – Février	2,929	2,203	1,987	824	2,111	10,054	-0.7
March – Mars	3,121	2,841	2,627	1,009	2,638	12,236	+ 13.5
April – Avril	3,399	2,734	3,277	873	2,392	12,675	+ 4.1
May – Mai	3,314	3,232	3,126	1,287	2,842	13,801	-1.0
June – Juin	3,800	3,442	2,866	1,606	3,400	15,114	+ 1.6
July – Juillet	4,289	3,468	2,388	1,816	3,571	15,532	-11.5
August – Août	3,982	3,684	3,136	1,538	3,544	15,884	-0.4
September – Septembre	3,905	3,621	2,656	1,560	3,154	14,896	+ 9.0
October – Octobre	3,907	3,798	2,171	975	2,966	13,817	+ 6.0
November – Novembre	3,660	3,850	2,273	1,032	3,198	14,013	+ 5.2
December – Décembre	4,073	5,719	1,912	909	4,611	17,224	+ 8.1
Year – Année	44,073	40,545	30,297	14,200	36,661	165,776	+ 2.9
1989:							
January – Janvier	3,331	2,226	1,629	1,108	2,780	11,074	+ 5.2
February – Février	3,353	2,274	2,250	1,023	2,298	11,198	+ 11.4
March – Mars	3,550	2,820	2,664	898	2,736	12,668	+ 3.5
April – Avril	3,520	3,045	2,975	997	2,834	13,371	+ 5.5
May – Mai	4,057	3,543	3,157	1,428	3,318	15,503	+ 12.3
June – Juin	5,450	3,651	3,315	1,269	3,704	17,389	+ 15.1
July ^r – Juillet ^r	5,048	3,487	2,782	1,520	3,961	16,798	+ 8.1
August ^p – Août ^p	5,461	3,802	2,578	1,478	3,794	17,113	+ 7.7
September – Septembre							
October – Octobre							
November – Novembre							
December – Décembre							
Year – Année							

¹ For composition of kind of business groups, see page 89. – Pour la composition par groupe de genres de commerce, voir la page 89.

² Percentage changes shown are over-the-year changes. – Les pourcentages indiquent les variations au cours de l'année.

TABLE 31. Retail Trade, by Kind of Business Group,¹ 1987-1989
Northwest Territories

TABEAU 31. Commerce de détail, par groupes de genres de commerce¹, 1987-1989
Territoires du Nord-Ouest

	Food group	General merchandise and apparel group	Automobile dealers	Automotive group	Hardware, home furnishings and other retail stores group	Total all stores	Per cent ² change
	Groupe d'alimentation	Groupe de magasins de marchandises diverses et de magasins de vêtements	Concessionnaires d'automobiles	Groupe d'automobiles	Groupe de quincailleries, de magasins de meubles et de tous les autres magasins de détail	Total, ensemble des magasins	Variation ² pourcentuelle
thousands of dollars – milliers de dollars							
1987:							
January – Janvier	3,811	8,945	1,258	710	3,524	18,248	+ 3.4
February – Février	3,547	7,865	1,354	745	3,631	17,142	-1.4
March – Mars	3,765	10,635	1,514	816	3,900	20,630	-0.1
April – Avril	4,003	9,626	1,757	755	3,901	20,042	+ 1.4
May – Mai	4,696	10,820	1,666	685	4,723	22,590	+ 8.6
June – Juin	4,584	10,257	1,899	892	4,494	22,126	+ 1.2
July – Juillet	4,709	9,638	1,866	1,072	4,685	21,970	+ 9.1
August – Août	4,246	10,088	1,321	985	4,336	20,976	+ 3.2
September – Septembre	4,264	10,255	1,109	1,084	4,267	20,979	-3.9
October – Octobre	4,401	11,849	1,206	1,094	4,690	23,240	+ 5.4
November – Novembre	3,575	10,666	1,297	999	4,792	21,329	+ 4.2
December – Décembre	4,190	13,762	1,078	976	6,409	26,415	-5.1
Year – Année	49,791	124,406	17,325	10,813	53,352	255,687	+ 2.0
1988:							
January – Janvier	3,603	8,651	1,218	1,240	3,834	18,546	+ 1.6
February – Février	3,504	8,705	1,609	1,404	3,920	19,142	+ 11.7
March – Mars	3,929	11,083	1,968	1,422	4,873	23,275	+ 12.8
April – Avril	3,746	10,350	1,359	1,211	4,184	20,850	+ 4.0
May – Mai	3,932	11,845	1,879	1,405	4,534	23,595	+ 4.4
June – Juin	4,372	11,836	1,905	1,479	5,323	24,915	+ 12.6
July – Juillet	4,124	11,644	2,569	1,691	5,033	25,061	+ 14.1
August – Août	4,007	11,219	1,895	1,909	5,020	24,050	+ 14.7
September – Septembre	4,026	11,660	2,502	1,713	5,247	25,148	+ 19.9
October – Octobre	4,165	12,434	1,651	1,680	5,149	25,079	+ 7.9
November – Novembre	3,951	12,546	1,630	1,720	4,914	24,761	+ 16.1
December – Décembre	4,713	15,762	1,565	1,592	7,253	30,885	+ 16.9
Year – Année	48,072	137,735	21,750	18,466	59,284	285,307	+ 11.6
1989:							
January – Janvier	3,781	8,982	1,441	1,774	3,635	19,613	+ 5.8
February – Février	3,533	9,364	1,082	1,598	4,175	19,752	+ 3.2
March – Mars	3,842	11,172	1,389	1,724	4,631	22,758	-2.2
April – Avril	4,096	11,844	1,536	1,340	4,524	23,340	+ 11.9
May – Mai	4,502	12,795	1,249	1,549	4,796	24,891	+ 5.5
June – Juin	4,934	13,020	2,306	1,663	5,974	27,897	+ 12.0
July ^r – Juillet ^r	4,299	11,803	1,283	1,816	5,749	24,950	-0.4
August ^p – Août ^p	4,338	12,429	1,103	1,857	5,523	25,250	+ 5.0
September – Septembre							
October – Octobre							
November – Novembre							
December – Décembre							
Year – Année							

¹ For composition of kind of business groups, see page 89. – Pour la composition par groupe de genres de commerce, voir la page 89.

² Percentage changes shown are over-the-year changes. – Les pourcentages indiquent les variations au cours de l'année

Appendix

Appendice

Appendix I

Scope of the Survey

Of the major monthly surveys conducted by Statistics Canada, the Retail Trade Survey is one of the most important, not only because of the large number of respondents who take part in the survey each month (over 17,000), but also because of its purpose and the nature of the information it yields. While the manufacturing industry for example, provides the community with a vast array of products, it is through the trade sector that all of its products are marketed, bought and sold by the various levels of the domestic economy and finally reach the Canadian consumer. The development of modern economic theories has focused mainly on the concept of (national) demand for goods and services in an effort to understand and explain the various economic relationships that make up the economic system. Moreover, in recent decades, management of national demand for the whole economy, largely based on these theories, has become a priority in the short and medium term economic policies of governments of the industrialized countries. **The current measure of retail trade is, therefore, one of the key components used by statisticians and economists to estimate consumption levels and final consumer demand,** as shown in the national accounts and the many economic indicators derived from them.

This monthly publication contains the latest results from the survey of retail sales of goods by merchants, traders, dealers and retailers operating within Canada's borders. For the purposes of this survey, industries included in retail trade are, according to the Standard Industrial Classification,¹ those whose establishments are "primarily engaged in (...) buying commodities for resale to the general public for personal or household consumption and in providing related services". The estimates are broken down according to the **Classification by Kind of Business** (a refinement of the 1970 Standard Industrial Classification), by regions and for four metropolitan areas. These data are obtained from a statistical survey that combines both sampling and census procedures. Survey respondents are divided into two broad categories, **independent and chain stores**, on the basis of their structure, and then each category is surveyed to obtain their monthly sales (see Appendix II for more details).

¹ See Division J of the **1980 Standard Industrial Classification Manual**, Catalogue 12-501E.

Appendice I

Champ de l'enquête

Des grandes enquêtes statistiques couramment administrées par Statistique Canada, l'enquête mensuelle sur le commerce de détail est l'une des plus importantes. Non seulement en raison du nombre de répondants qui à chaque mois collaborent à l'enquête (plus de 17,000 enquêtés) mais aussi par son objet et la nature de l'information qui en découle. Car si l'activité de production par exemple, permet à la collectivité de se procurer une vaste gamme de produits, c'est toutefois grâce au commerce que cette multitude de biens est transigée et échangée sur des marchés entre les différents agents économiques pour finalement parvenir jusqu'au consommateur canadien. Or le développement des théories économiques contemporaines a largement mis l'accent sur le concept de la demande (nationale) de biens et services afin de mieux comprendre et expliquer les diverses relations économiques qui articulent le système économique. Par surcroît, la gestion de la demande nationale de toute une économie, en grande partie inspirée de ces théories, est devenue au cours des dernières décennies, l'une des priorités des grandes politiques économiques de court et moyen termes des gouvernements de pays industrialisés. **La mesure courante du commerce de détail constitue par conséquent l'une des principales composantes qui permet aux statisticiens et aux économistes d'estimer le niveau de la consommation de biens et d'évaluer la demande finale des consommateurs** telle que présentée dans les comptes nationaux et les nombreux indicateurs économiques qui en sont dérivés.

Cette publication mensuelle présente donc les plus récents résultats de l'enquête sur les ventes au détail de biens par des marchands, des commerçants, des concessionnaires ou des détaillants opérant à l'intérieur des limites du territoire canadien. Aux fins de cette enquête, les industries considérées comme appartenant au commerce de détail sont, d'après la classification type des industries¹, celles dont les établissements ont comme "activité principale (...) l'achat de marchandises dans le but de les revendre au public pour usage personnel ou ménager et offrent des services qui s'y rattachent." Les estimations sont ventilées suivant la **Classification par genre de commerce** (une extension plus fine de la Classification des activités économiques de 1970) de même que par région ainsi que pour quatre zones métropolitaines. Ces données sont obtenues à partir d'une enquête statistique qui est l'amalgame d'un échantillonnage et d'un recensement. Suivant leur structure, les répondants à l'enquête sont divisés en deux grandes catégories, **les magasins indépendants et à succursales** et chaque catégorie est par la suite enquêtée afin d'estimer leurs ventes mensuelles respectives (voir l'appendice II pour plus de détails).

¹ Voir la division J du manuel de la **Classification type des industries**, 1980, n° 12-501F au catalogue.

L'information fournie par cette enquête est tout aussi utile aux intervenants qui, de façon ponctuelle, opèrent ou sont impliqués d'une manière ou d'une autre dans le commerce au détail qu'aux différents paliers de gouvernements. Les analystes de marché tout spécialement, seront intéressés par le contenu de cette publication. D'autres statistiques reliées au commerce de détail (les ventes de véhicules automobiles neufs, les ventes et stocks des grands magasins, les stocks commerciaux, etc...) sont également disponibles et diffusées au grand public en plus d'être régulièrement publiées dans différents bulletins mensuels². Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquêtes statistiques de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, tél: (613) 951-9656.

² La publication intitulée **Commerce de détail, statistiques historiques, 1972-1979** (n° 63-538 au catalogue) constitue une source très intéressante de renseignements détaillés en plus des séries chronologiques qui y sont présentées. Pour d'autres références, consulter la section du choix des publications à la fin du présent bulletin.

The information provided by this survey is not only important to the various levels of government but is equally valuable to businesses that regularly carry on or are involved in retail trade in some form. Market analysts in particular will find this publication to be of great interest. Other retail trade statistics (new motor vehicle sales, department store sales and stocks, merchandising inventories and so on) are also disseminated to the general public and published regularly in other monthly bulletins.² For more information on this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

² The publication entitled **Retail Trade, Historical Statistics 1972-1979** (Catalogue 63-538) not only contains historical time series, but is also a valuable source of detailed information. See the selected publications section at the back of this bulletin for other references.

Appendix II

Definitions

"**Retail Trade**", for the purpose of this report, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A "**retail location**", as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses, which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes: retail sales through ancillary units, e.g., warehouses, head offices, etc.; sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include: trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others, proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail) and the sales and receipts of concessionaires operating within the outlet. Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes collected for remittance to a government agency are excluded.

Classification

Kind of Business¹

Estimates of retail trade are stratified by region and by kind-of-business groupings which are based on the Standard Industrial Classifications and the retail kind-of-business categories employed in the 1966 Census of Merchandising and Services. Since the monthly retail trade survey is a "location" survey, as noted above, each individual (retail) location of a firm is

¹ For a detailed definition of each kind of business, see **Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979**, Catalogue 63-538.

Appendice II

Définitions

"**Commerce de détail**" signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un "**point de vente au détail**", suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires, par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc., ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de locations de matériel de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus, les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également; la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel et les ventes et recettes des concessions exploitées dans les points de ventes. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente perçues pour le compte d'un organisme public.

Classification

Genre de commerce¹

Les estimations relatives au commerce de détail sont stratifiées par région et par groupe de genre de commerce. Ces groupes sont fondés sur la Classification des activités économiques et les catégories de genre de commerce de détail qui ont été utilisées lors du recensement du commerce et des services de 1966. Étant donné que l'enquête mensuelle du commerce de détail est axée sur les points de vente

¹ Pour une définition complète de chaque genre de commerce, consulter la publication **Commerce de détail statistiques historiques 1972-1979**, n° 63-538 au catalogue.

assigned a kind-of-business code based on its major activity (or type of commodities sold).

In this report, retail trade is stratified into 27 major kind-of-business groupings plus a miscellaneous category. In order to increase the usefulness of these statistics, the composition of each kind-of-business group is described at the end of the report.

Kind of Organization

The retail trade estimates, in addition to being stratified by kind-of-business groupings, are also broken down into chain and independent components. Firms are classified to the chain store component based on the following definition:

Chain store organization "an organization operating four or more retail outlets in the same kind of business, under the same legal ownership".

Any firm not meeting the above definition is automatically classified as an "independent" organization, the only exception being "department stores" which are classified in their entirety to the chain component.

comme on l'a indiqué ci-dessus, chaque point de vente au détail d'une entreprise se voit attribuer un code "genre de commerce" d'après son activité principale (ou le genre de marchandises vendues).

Dans la présente publication, le commerce de détail est stratifié selon 27 grands groupes de genre de commerce, outre la catégorie "Marchands divers". Pour rendre ces statistiques plus utiles, nous décrivons la composition de chaque groupe de genre de commerce à la fin de la publication.

Type d'entreprise

En plus d'être stratifiées selon le genre de commerce, les estimations relatives au commerce de détail sont ventilées entre magasins à succursales et magasins indépendants. Les entreprises qui répondent à la définition suivante sont classées dans la catégorie des magasins à succursales:

Magasins à succursales "entreprise exploitant au moins quatre points de vente au détail dans un même genre de commerce, sous une même appartenance juridique".

Toute entreprise dont le schéma de structure ne concorde pas avec la définition ci-dessus est classée automatiquement dans la catégorie des magasins indépendants, la seule exception étant les "grands magasins" qui sont portés en totalité dans la catégorie des magasins à succursales.

Appendix III

Methodology

Retail trade estimates are derived from a survey of Canadian "retail locations". Businesses are first classified to the retail sector on the basis of "census value added",² which is defined in retail trade as the difference between sales and the purchase price of the goods sold in a particular period. Companies which fall into the retail sector are then further classified to specific categories of business (using the three-digit 1960 Standard Industrial Classification code) on the basis of "major activity" - the proportion of sales accounted for by each kind of business or by each type of commodity sold.

The next step in the classification procedure is to survey those businesses selected for the sample in order to obtain information on the number and activity of locations operated. Such information is required not only to determine if individual businesses, particularly multi-location businesses, qualify for treatment as "chains" (see definition Appendix II) but also to isolate retail locations from non-retail and make possible a more precise classification of each to one of more than 90 "kinds of business", which are subsequently grouped into 28 trade groups for purposes of publication.

Because this is a location-oriented survey, the scope of coverage is extended to include retail locations operated by non-retailing businesses. When it is determined that a manufacturer (for example) operates one or more retail locations, the same treatment is given as outlined above. Retail locations can be operated by businesses whose principal activity is manufacturing, wholesaling, government, construction, etc.

The design of the survey provides the facility to revise the monthly estimates to account for late responses. Each month the publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month.

The monthly retail trade estimates contained in this report are produced by means of a sample survey using methodology which differs substantially from that used for the estimates published to the end of 1974.

² For additional information, see the **1970 Standard Industrial Classification Manual**, Catalogue 12-501E, Pages 9-11.

Appendice III

Méthodologie

Les estimations du commerce de détail sont tirées d'une enquête sur les "points de vente" au détail au Canada. Les entreprises sont d'abord classées dans le secteur du commerce de détail d'après la "valeur ajoutée recensée"², qui représente dans ce secteur, la différence entre le prix de vente et le prix d'achat des biens vendus pendant une période déterminée. Les sociétés qui appartiennent au commerce de détail sont ensuite classées dans des catégories précises d'activités (code à trois chiffres de la Classification des activités économiques de 1960) d'après la "principale activité", c'est-à-dire d'après la proportion des ventes dont rend compte chaque genre de commerce ou chaque type de marchandises vendues.

L'étape suivante du travail de classification consiste à faire un relevé des entreprises échantillonnées dans le but d'obtenir des renseignements sur le nombre de points de vente et leur activité. De tels renseignements servent non seulement à déterminer si des entreprises particulières, notamment les entreprises à points de vente multiples, peuvent être considérées comme des "magasins à succursales" (voir définition Appendice II), mais aussi à distinguer les points de vente au détail des autres types de points de vente et d'ainsi assurer un classement plus précis de chacun d'eux parmi plus de 90 genres de commerce. Subséquemment, ces genres de commerce sont agrégés en 28 groupes pour fins de publication.

L'enquête étant axée sur les points de vente, le champ d'enquête a été étendu aux points de vente au détail exploités par des entreprises autres que des magasins de détail. Lorsqu'on a établi, par exemple, qu'un fabricant exploite un ou plusieurs locaux de vente au détail, on procède de la même façon qu'indiquée ci-dessus. Des locaux de vente au détail peuvent être exploités par des entreprises dont l'activité principale est la fabrication, le commerce de gros, l'administration publique, la construction, etc.

Le système supportant l'enquête permet la révision des estimations mensuelles afin de tenir compte des réponses tardives. La publication mensuelle fournira donc des données provisoires pour le mois en cours et des données révisées pour le mois précédent.

On établit les estimations mensuelles relatives au commerce de détail que renferme la présente publication au moyen d'une enquête par sondage dont la méthodologie diffère sensiblement de celle utilisée pour les estimations qui ont paru jusqu'à la fin de 1974.

² Pour de plus amples renseignements, voir le **manuel de la Classification des activités économiques, 1970**, n° 12-501F au catalogue, pages 9-11.

The new methodology was primarily developed because, after 1969, there was no adequate source of information available to update the independent portion of the old sample to account for firms coming into existence (births) and/or going out of business (deaths). The levels established by the new sample indicate there was a downward bias in the old sample which had grown to about 4% in 1974. Even so, the monthly trends are relatively consistent between the old and new samples.

Sample

A Revenue Canada (Taxation) list, supplemented by chain and department store lists and an area file list, comprises the universe for this survey. A sample of approximately 16,000 independent firms, stratified by region³ and by the Standard Industrial Classification code has been selected from this universe and surveyed in order to verify the kind of business of each firm. Estimates are then produced monthly, stratified by trade group and region.

The method used for the estimation of total retail sales is one in which **each** sampled unit's reported data is inflated to universe levels by multiplying the reported data of the sampled unit by the inverse of the probability of selection for the unit. For firms which do not respond on time⁴ in a particular month, an estimate is imputed using a statistical technique which employs a number of components such as: cell averages, last month's sales, other trends, etc. Consequently each firm in the sample must have an individual estimate of sales.

The results of the survey are not linked to census results. Instead, the estimates derived in the course of the survey will be compared with census data in order to determine the cause of any differences which may be found to exist between the two levels. Based on these findings, revisions will then be made to compensate for any errors or discrepancies discovered (such as in coding of firms to erroneous kinds of business codes, over-estimation in particular cells, etc.).

³ The metropolitan areas of Montréal, Toronto, Winnipeg and Vancouver are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

⁴ Late responses are included in revised estimates.

Cette nouvelle méthodologie fut principalement mise en application parce qu'il n'existait plus de source adéquate de renseignements disponibles, après 1969, pour mettre à jour la partie indépendante de l'ancien échantillon pour tenir compte des nouvelles entreprises (créations) et (ou) de celles qui fermaient leurs portes (disparitions). Le niveau des ventes déterminé par le nouvel échantillon démontre qu'il y avait un certain degré de sous-estimation, laquelle sous-estimation avait atteint 4% en 1974. Néanmoins les tendances mensuelles mesurées par l'ancien ainsi que par le nouvel échantillon sont passablement similaires.

Échantillon

La liste de Revenu Canada (Impôt) a été complétée par la liste des magasins à succursales ainsi que des grands magasins et par une liste de fichier aréolaire pour reconstituer l'univers de cette enquête. Un échantillon d'environ 16,000 entreprises indépendantes, stratifié par région³ et selon le schéma de codage de la Classification des activités économiques, a été prélevé sur cet univers et a fait l'objet d'une enquête en vue de déterminer le genre d'activité de chaque entreprise. Des estimations sont ensuite établies tous les mois et stratifiées selon le groupe de commerce et la région.

La méthode d'estimation des ventes totales au détail consiste à gonfler les données déclarées par **chaque** unité échantillonnée aux dimensions de l'univers en multipliant les données de l'unité par l'inverse de la probabilité de choix de l'unité. Dans le cas des entreprises non déclarantes à temps⁴ un mois donné, on procède à une imputation à l'aide d'une méthode statistique qui fait intervenir divers éléments comme les moyennes de cellule, les ventes du dernier mois, d'autres tendances, etc. Ainsi, il doit y avoir une estimation des ventes pour chaque entreprise échantillonnée.

Les résultats de l'enquête ne sont pas raccordés à ceux du recensement. Une étude comparative entre les estimations obtenues dans le cadre de cette enquête ainsi que celles obtenues lors d'un recensement sera effectuée afin de déterminer la cause de tout écart entre les deux niveaux, ce qui nous permettra de rectifier les statistiques et de compenser les erreurs ou les divergences relevées (comme un classement erroné selon le genre de commerce, une surestimation dans des cellules particulières, etc.).

³ Les zones métropolitaines de Montréal, de Toronto, de Winnipeg et de Vancouver correspondent aux zones métropolitaines du recensement de 1971.

⁴ Les déclarations tardives sont toujours considérées dans le calcul des estimations révisées.

Appendix IV

Components of the Survey Universe

The universe used for this survey is composed of two basic parts: a master file list (including chain and department store components) and an area file list. These components provide an adequate representation of the retail trade universe.

The Survey Master File

The survey master file is based on a series of profiles developed from the retail store portion of the Revenue Canada (Taxation) master file and is stratified by region and by Standard Industrial Classification code. This component is a list of all retail businesses having a payroll deduction account number (i.e., having employees for whom payroll deductions are made). It is updated monthly for new firms coming into business, for firms going out of business and, in the case of existing firms, for any changes in name, address or nature (kind) of business. These updates originate from both Revenue Canada (Taxation) and from Statistics Canada survey sources. As these updates are received, firms going out of business are dropped from the sample and a sample of births is selected from among new firms which have gone into business, thus providing a monthly birth/death adjustment.

Records on the survey master file are sampled using a given probability of selection determined by geographical location, Standard Industrial Classification code and cell size. To create the original sample file, the complete survey master file was sampled. Since that time, only the births have been sampled each month.

Chain and Department Store Component

The chain and department store list is a sub-set of the survey master file component. The businesses on this list are those which have been identified (from Statistics Canada sources) as chains or department stores and which have been sampled with certainty (i.e., each business is surveyed). This component, as well as being updated monthly using Revenue Canada information, is also updated annually. The annual updates are based primarily on returns obtained in the course of the Annual Chain and Department Store Survey, as well as on information derived from other sources such as trade magazines, etc.

Appendice IV

Éléments de l'univers de l'enquête

L'univers de l'enquête comprend deux éléments fondamentaux: une liste de fichier principal (y compris les éléments magasins à succursales et grands magasins) et une liste de fichier aréolaire. Ces éléments représentent de manière adéquate l'univers du commerce de détail.

Fichier principal de l'enquête

Le fichier principal de l'enquête du commerce de vente au détail est fondé sur une série de profils tirés de la fraction du fichier principal de Revenu Canada (Impôt) se rapportant aux commerces de vente au détail et est stratifié par région et selon le schéma de codage de la Classification des activités économiques. Cet élément du fichier est une liste de toutes les entreprises de vente au détail qui ont un numéro de compte de retenues sur la paye (entreprises ayant des salariés à l'égard desquels des déductions sont faites aux fins de l'impôt). Cette liste est mise à jour tous les mois; il s'agit de prendre en compte la création de nouvelles entreprises, la disparition d'entreprises et dans le cas d'entreprises existantes, tous les changements de nom, d'adresse ou de genre de commerce. Ces mises à jour s'appuient sur des enquêtes de Revenu Canada (Impôt) et de Statistique Canada. Dès que l'on dispose de ces mises à jour, les entreprises qui cessent toute activité sont éliminées de l'échantillon et un échantillon de créations est prélevé sur les nouvelles entreprises, ce qui permet un ajustement mensuel en fonction des créations et des disparitions.

Des enregistrements du fichier principal de l'enquête sont échantillonnés d'après une probabilité donnée de sélection déterminée par le lieu d'exploitation, le schéma de codage de la Classification des activités économiques et la taille des cellules. Lors de la constitution du fichier de l'échantillon initial, la sélection a porté sur tout le fichier principal de l'enquête. Depuis lors, seules les créations ont fait l'objet d'un échantillonnage tous les mois.

Élément magasins à succursales et grands magasins

La liste des magasins à succursales et des grands magasins constitue un sous-ensemble de l'élément fichier principal de l'enquête. Les établissements commerciaux figurant sur cette liste sont ceux qui ont été identifiés (d'après les documents de Statistique Canada) comme magasins à succursales et grands magasins et qui ont été échantillonnés avec certitude (chaque entreprise fait partie de l'échantillon). Cet élément, qui est mis à jour tous les mois d'après les données de Revenu Canada, fait également l'objet d'une mise à jour annuelle. Ces dernières mises à jour sont fondées principalement sur les déclarations obtenues dans le cadre de l'enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins, ainsi que sur des renseignements puisés à d'autres sources comme les revues portant sur le commerce, etc.

Area File Component

The purpose of the area file, essentially, is to supplement the sample frame. This additional input has two uses:

to provide an estimate for firms which do not appear on the survey master file (i.e., having no employees for whom tax deductions are made);

to compensate for the time lag involved in obtaining a birth adjustment through the survey master file.

The area file was derived by selecting a number of areas in Canada (as defined by the Labour Force Survey), covering all regions with the exception of the Yukon and Northwest Territories. To create the area file portion of the sample frame, the selected areas were completely enumerated by field representatives and an area file composed of all businesses in the selected areas was created. This file was then matched against the survey master file to determine which firms were present on both files. For those firms which appeared on both files, the universe was represented by the sample of firms derived from the survey master file. All unmatched firms (on the area file) automatically became part of the sample file. Every month since the original enumeration, one twelfth of the selected areas have been completely re-enumerated in order to locate any new firms which may have come into existence during the preceding year. These new firms are then matched against the entire survey master file. Similarly, all new businesses which have been added to the survey master file from the Revenue Canada (Taxation) updates are matched each month against the entire area file. Once it has been determined that firms are on both files, they are removed from the area file and given a chance of selection on the survey master file. The remaining unmatched firms on the area file are included in the sample.

Élément fichier géographique (aréolaire)

Le but premier du fichier géographique est de compléter la base de l'échantillon. Cet élément supplémentaire permet:

d'établir une estimation visant les entreprises qui ne figurent pas dans le fichier principal de l'enquête (entreprises ne comptant aucun salarié pour lequel on procède à des déductions aux fins de l'impôt);

de compenser le "retard" d'obtention des ajustements en fonction des créations au moyen du fichier principal de l'enquête.

On a constitué le fichier géographique en choisissant un certain nombre de secteurs géographiques au Canada (à l'aide de données de l'enquête sur la population active) de façon à couvrir tout le territoire canadien à l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest. Les secteurs choisis ont ensuite été entièrement dénombrés par des représentants régionaux et on a ainsi obtenu un fichier géographique comprenant tous les établissements commerciaux de ces secteurs. On a comparé ce fichier au fichier principal de l'enquête pour déterminer quelles entreprises figuraient dans les deux fichiers. Pour ce qui est de ces entreprises, l'univers a été représenté par l'échantillon d'entreprises prélevé sur le fichier principal de l'enquête. Toutes les entreprises sans pendant (dans le fichier aréolaire) ont été automatiquement incorporées au fichier de l'échantillon. Tous les mois depuis le premier dénombrement, un douzième des régions choisies a fait l'objet d'un autre dénombrement complet visant à déterminer quelles nouvelles entreprises ont vu le jour au cours de l'année précédente. Ces nouvelles entreprises sont ensuite réappariées avec le fichier principal de l'enquête. De la même façon toutes les nouvelles entreprises ajoutées au fichier principal de l'enquête au moyen de mises à jour tirées du fichier de Revenu Canada (Impôt) sont réappariées chaque mois avec le fichier géographique. Les entreprises pour lesquelles on a trouvé un pendant au cours des deux processus de comparaison précédemment décrits sont radiées du fichier géographique et demeurent sur le fichier principal de l'enquête où elles ont une probabilité d'être choisies. Le reste des entreprises du fichier géographique pour lesquelles on n'a pas trouvé un pendant sont inclus dans l'échantillon.

Appendix V

Data Reliability

The statistics in this publication are estimates derived from a sample survey and, as such, can be subject to errors. The following material is provided to assist the reader in the interpretation of the estimates published.

Sampling and Non-sampling Errors

Estimates derived from a sample survey are subject to a number of kinds of errors. These errors can be broken down into two major types: sampling and non-sampling.

Sampling Errors

Sampling errors are present because observations are made only on a sample and not on the entire population. The sampling error depends on factors such as the size of the sample, variability in the population, sampling design and method of estimation. For example, for a given sample size, the sampling error will depend on the stratification procedure employed, allocation of the sample, choice of the sampling units and method of selection. (Further, even for the same sampling design, we can make different calculations to arrive at the most efficient estimation procedure.)

In sample surveys, since inference is made about the entire population covered by the survey on the basis of data obtained from only a part of the population, the results are likely to be different than if a complete census was taken under the same general survey conditions. The most important feature of probability sampling is that the sampling error can be measured from the sample itself.

Non-sampling Errors

These errors are present whether a sample or a complete census of the population is taken. Non-sampling errors can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses.

Appendice V

Fiabilité des données

Ce bulletin présente des estimations fondées sur une enquête par échantillonnage qui risquent, par conséquent, d'être entachées d'erreurs. La section qui suit vise à faciliter, pour le lecteur, l'interprétation des estimations qui sont publiées.

Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs

Les estimations établies sur la base d'une enquête par échantillonnage sont sujettes à différents types d'erreurs. On les regroupe en deux grandes catégories: les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

Erreurs d'échantillonnage

Ce genre d'erreur existe parce que les observations portent uniquement sur un échantillon, et non sur l'ensemble de la population. L'erreur dépend de facteurs tels que la taille de l'échantillon, la variabilité de la population, le plan de sondage et la méthode d'estimation. Pour une taille donnée d'échantillon, par exemple, l'erreur d'échantillonnage sera fonction de la méthode de stratification adoptée, de l'attribution de l'échantillon, du choix des unités sondées et de la méthode de sélection. (On peut même, dans le cadre d'un seul plan de sondage, effectuer plusieurs calculs pour arriver à la méthode d'estimation la plus efficace.)

Comme, dans une enquête par échantillonnage, on tire des conclusions sur l'ensemble d'une population à partir des données concernant une partie seulement, les résultats seront probablement différents de ceux qu'on aurait obtenus en recensant toute la population dans les mêmes conditions. La principale caractéristique des sondages probabilistes, c'est que l'erreur d'échantillonnage peut être directement mesurée à partir de l'échantillon.

Erreurs non liées à l'échantillonnage

Ces erreurs se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur peut résulter d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre, dans l'explication des questions ou dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some may be unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally decreases with increases in the response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control at the level at which their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication, all attempts have been made to minimize the non-sampling errors; units have been defined in a most precise manner and the most up-to-date listings have been used; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations (interviewers have been instructed to ask the questions as printed on the questionnaires); detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Measures of Sampling and Non-sampling Errors

Sampling Error Measures

The sample used in this survey is one of a large number of all possible samples of the same size that could have been selected using the same sample design under the same general conditions. If it was possible that each one of these samples could be surveyed under essentially the same conditions, with an estimate calculated from each sample, it would be expected that the sample estimates would differ from each other. The average estimate derived from all these possible sample estimates is termed the **expected value**. The expected value can also be expressed as the value which would be obtained if a census enumeration was taken under identical conditions of collection and processing. An estimate calculated from a sample survey is said to be **precise** if it is near the expected value.

Sample estimates may differ from this expected value of the estimates. However, since the estimate is based on a probability sample, the variability of the sample estimate with respect to its expected value can be measured. The **variance** of estimate is a measure of the precision of the sample estimate and is defined

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables ou encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas avec précision l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure que diminue le taux de réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation, etc.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. De plus, il faut les cerner à un niveau où elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. Quant aux estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser les erreurs non liées à l'échantillonnage. Ainsi, les unités ont été définies avec beaucoup de précision, au moyen des listes les plus à jour; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum les différentes interprétations possibles (on a demandé aux interviewers de poser les questions telles qu'elles figurent aux questionnaires); les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage

Erreur d'échantillonnage

L'échantillon utilisé aux fins de la présente enquête est un des nombreux échantillons de même taille qui auraient pu être choisis selon le même plan et les mêmes conditions. Si chaque échantillon pouvait faire l'objet d'une enquête menée essentiellement dans les mêmes conditions, il faudrait s'attendre à ce que l'estimation calculée varie d'un échantillon à l'autre. On nomme **valeur probable** l'estimation moyenne obtenue de tous les échantillons possibles. Autrement dit, la valeur probable est celle qu'on obtiendrait en recensant toute la population dans des conditions identiques de collecte et de traitement. Une estimation calculée à partir d'une enquête par échantillonnage est dite **précise** lorsqu'elle s'approche de la valeur probable.

Or, les estimations fondées sur un échantillon peuvent ne pas correspondre à la valeur probable. Cependant, comme les estimations proviennent d'un échantillon probabiliste, il est possible d'en mesurer la variabilité par rapport à leur valeur probable. Ainsi, la **variance** d'une estimation, qui en mesure la précision, se définit comme la moyenne, parmi tous les

as the average, over all possible samples, of the squared difference of the estimate from its expected value.

Once the sample estimate and the variance of the sample estimate are derived, other measures of precision can be calculated. For example, the **standard error**, defined as the square root of the variance, is a measure of the sampling error in the same units as the estimate (e.g., dollars). The standard error is a measure of precision in absolute terms. The **coefficient of variation**, defined as the standard error divided by the sample estimate, is a measure of precision in relative terms. For comparison purposes one may more readily compare the sampling error of one estimate to the sampling error of another estimate through the use of the coefficient of variation.

The measure of sampling error shown in this publication under Text Table I, "Measures of Reliability", is the coefficient of variation.

The formula used to calculate the published coefficient of variation in Text Table I is:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

Where X = the estimate
S(X) = the standard deviation of X

The percentage error (PE) of X will be:

$$PE(X) = CV(X) \times 100\%.$$

For example, an estimate X = \$8,000,000 with a standard deviation S(X) = \$400,000 has a coefficient of variation of .05 and assuming a normal distribution we can say; "the probability is approximately 68% that the actual percentage error in the \$8,000,000 estimate is less than 5%".

échantillons possibles, des carrés de la différence entre l'estimation et la valeur probable.

Une fois qu'on a calculé l'estimation et sa variance, il devient possible de mesurer la précision autrement. Par exemple, l'**erreur-type**, soit la racine carrée de la variance, mesure l'erreur d'échantillonnage dans la même unité que l'estimation (en dollars, notamment). Autrement dit, l'erreur-type mesure la précision en termes absolus. Par contre, le **coefficient de variation**, c'est-à-dire l'erreur-type divisée par l'estimation, mesure la précision en termes relatifs. Ainsi, l'emploi du coefficient de variation facilite la comparaison de l'erreur d'échantillonnage de deux estimations.

C'est le coefficient de variation qui sert à évaluer l'erreur d'échantillonnage au tableau explicatif I "Mesure de la fiabilité".

Voici la formule utilisée pour calculer les coefficients de variation du tableau explicatif I:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

dans laquelle X est l'estimation
S(X) est l'écart-type de X

L'erreur de X en pourcentage (PE) correspondra à:

$$PE(X) = CV(X) \times 100 \%.$$

Par exemple, le coefficient de variation d'une estimation X = \$8,000,000 où l'écart-type S(X) atteint \$400,000 correspond à .05; si l'on suppose une distribution normale, on peut affirmer qu'il existe une probabilité d'environ 68% que l'estimation de \$8,000,000 comporte un pourcentage réel d'erreur inférieur à 5%.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, by Kind of Business and by Region, August 1989 Preliminary, July 1989 Revised

		Response rate			
		Taux de réponse			
		Chain stores		Independent stores	
		Magasins à succursales		Magasins indépendants	
		Preliminary estimate	Revised estimate	Preliminary estimate	Revised estimate
No.		Estimation préliminaire	Estimation révisée	Estimation préliminaire	Estimation révisée
per cent – pourcentage					
Kind of business:					
1	Combination stores (groceries and meat)	52.2	84.1	67.8	75.3
2	Grocery, confectionery and sundries stores	59.4	64.1	51.7	66.0
3	All other food stores	68.8	94.8	46.4	59.6
4	Department stores	100.0	100.0	–	–
5	General merchandise stores	65.6	95.3	60.3	72.2
6	General stores	89.5	84.2	66.8	79.4
7	Variety stores	74.6	84.7	64.7	69.8
8	Motor vehicle dealers	100.0	83.3	68.9	82.2
9	Used car dealers	–	–	57.3	67.0
10	Service stations	53.6	68.6	60.0	69.3
11	Garages	100.0	100.0	61.6	72.1
12	Automotive parts and accessories stores	26.3	26.3	68.9	78.8
13	Men's clothing stores	88.4	83.7	65.9	76.5
14	Women's clothing stores	70.6	74.9	58.1	68.7
15	Family clothing stores	75.0	84.4	61.9	69.9
16	Specialty shoe stores	70.5	76.9	66.2	77.9
17	Family shoe stores	62.3	79.2	70.1	79.9
18	Hardware stores	56.2	56.2	71.0	80.8
19	Household furniture stores	51.8	85.2	63.3	71.6
20	Household appliance stores	64.7	70.6	61.3	71.2
21	Furniture, TV, radio and appliance stores	71.4	83.3	76.8	86.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	57.6	68.6	67.9	79.4
23	Book and stationery stores	71.3	78.7	67.2	74.6
24	Florists	75.0	81.2	60.5	72.0
25	Jewellery stores	54.8	74.8	58.3	69.1
26	Sporting goods and accessories stores	69.1	92.6	63.0	72.4
27	Personal accessories stores	70.3	78.0	61.4	70.6
28	All other stores	62.4	73.9	59.7	69.9
29	TOTAL, ALL STORES	67.0	78.1	62.0	72.8
Regions and selected metropolitan areas					
30	Newfoundland	69.7	83.2	57.5	72.8
31	Prince Edward Island	70.4	88.6	56.4	67.2
32	Nova Scotia	71.3	84.0	61.6	73.5
33	New Brunswick	68.1	83.0	61.0	70.7
34	Québec	70.7	77.4	69.4	78.9
35	Ontario	64.2	74.9	58.7	72.4
36	Manitoba	65.4	78.5	61.8	71.2
37	Saskatchewan	70.1	80.2	58.5	69.8
38	Alberta	65.4	77.8	57.5	67.9
39	British Columbia	65.6	78.6	63.4	70.3
40	Yukon and Northwest Territories	71.4	100.0	55.5	61.7
41	Montréal	70.4	76.9	65.7	75.9
42	Toronto	61.8	73.5	55.8	70.8
43	Winnipeg	62.4	75.7	61.3	69.3
44	Vancouver	66.8	79.3	61.1	69.6

**TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, selon le genre de commerce et la région, août 1989
préliminaire, juillet 1989 révisé**

Response fraction Fraction de réponse				Coefficient of variation, preliminary estimate		
Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		Coefficient de variation, estimation préliminaire		
Preliminary estimate	Revised estimate	Preliminary estimate	Revised estimate			
Estimation préliminaire	Estimation révisée	Estimation préliminaire	Estimation révisée		No	
per cent – pourcentage						
Genre de commerce:						
64.2	92.4	74.3	81.6	.016	Épicerie – Boucheries	1
53.4	71.3	56.8	69.1	.059	Épicerie, confiserie et articles divers	2
71.7	96.7	48.9	66.6	.084	Tous les autres magasins d'aliments	3
100.0	100.0	–	–	–	Grands magasins	4
94.6	99.9	67.1	83.2	.039	Magasins de marchandises diverses	5
96.3	95.3	68.9	80.1	.041	Magasins généraux	6
79.9	98.0	80.4	80.0	.009	Bazars	7
100.0	91.8	76.4	84.0	.029	Concessionnaires d'automobiles	8
–	–	61.0	72.5	.038	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
71.9	76.0	66.9	74.3	.035	Stations-service	10
100.0	100.0	67.7	82.2	.009	Garages	11
68.8	68.3	77.2	85.6	.080	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
91.9	92.7	66.6	80.7	.021	Magasins de vêtements pour hommes	13
81.8	81.6	67.4	78.3	–	Magasins de vêtements pour dames	14
87.0	90.9	70.2	79.2	.025	Magasins de vêtements pour la famille	15
64.4	68.7	62.6	77.9	.016	Magasins de chaussures spécialisées	16
73.3	80.5	75.7	83.6	.059	Magasins de chaussures pour la famille	17
83.8	83.7	76.4	90.6	.045	Quincailleries	18
39.2	95.0	74.8	81.8	.042	Magasins de meubles	19
61.2	72.4	67.4	84.3	.082	Magasins d'appareils ménagers	20
91.1	95.7	90.5	94.5	.025	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
43.3	61.3	72.0	83.6	.001	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
65.4	67.3	76.5	78.8	.028	Librairies et papeteries	23
66.0	70.5	69.5	79.4	.178	Fleuristes	24
57.2	93.0	63.9	74.2	.064	Bijouteries	25
73.4	97.4	71.2	82.5	.003	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
79.2	86.4	70.6	75.3	.013	Magasins d'accessoires personnels	27
81.8	33.9	67.3	76.6	...	Tous les autres magasins	28
77.4	90.4	71.0	80.1	.009	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines						
63.1	89.2	63.5	79.5	.024	Terre-Neuve	30
71.4	94.4	72.5	83.3	.021	Île-du-Prince-Édouard	31
64.2	96.0	72.3	79.9	.040	Nouvelle-Écosse	32
69.7	96.1	70.3	78.7	.038	Nouveau-Brunswick	33
80.1	83.4	74.8	82.6	.018	Québec	34
82.8	90.8	68.5	80.5	.013	Ontario	35
70.9	94.5	72.9	80.2	.017	Manitoba	36
78.7	94.1	72.2	78.7	.028	Saskatchewan	37
67.6	93.0	68.9	77.0	.016	Alberta	38
72.9	91.4	71.1	76.3	.029	Colombie-Britannique	39
97.6	100.0	65.7	67.8	.040	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
81.6	86.6	72.4	83.8	.031	Montréal	41
80.3	88.7	65.5	77.8	.022	Toronto	42
69.2	93.6	74.0	80.3	.020	Winnipeg	43
69.6	90.9	68.9	74.6	.027	Vancouver	44

Non-sampling Error Measures

The exact population value is aimed at or desired by both a sample survey as well as a census. We say the estimate is **accurate** if it is near this value. Although this value is desired, we cannot assume that the exact value of every unit in the population or sample can be obtained and processed without error. Any difference between the expected value and the exact population value is termed the **bias**. Systematic biases in the data cannot be measured by the probability measures of sampling error as previously described. The accuracy of a survey estimate is determined by the joint effect of sampling and non-sampling errors.

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors two response measures are given in Text Table I. The **response rate** is a measure of the proportion of those sample units which have responded in time for inclusion in the estimates. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the sales estimate which is based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered since the response fraction is more representative of the situation.

Erreur non liée à l'échantillonnage

L'enquête par échantillonnage et le recensement cherchent tous deux à déterminer la valeur exacte de l'ensemble. L'estimation est dite **précise** si elle se rapproche de cette valeur. Bien qu'il s'agisse d'une valeur souhaitable, il n'est pas réaliste de supposer que la valeur exacte de chaque unité de l'ensemble ou de l'échantillon peut être obtenue et traitée sans erreur. La différence entre la valeur probable et la valeur exacte de l'ensemble s'appelle le **biais**. On ne peut calculer les biais systématiques des données en recourant aux mesures de probabilité de l'erreur d'échantillonnage décrites plus haut. La précision d'une estimation est déterminée par l'effet conjugué des erreurs d'échantillonnage et des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Une source d'erreur non liées à l'échantillonnage, est l'erreur dû à la non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse afin d'aider l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** est la proportion des unités de l'échantillon qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans l'estimation. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion de l'estimation de l'échantillon qui est fondée sur des données déclarées. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant un échantillon de 20 unités dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités déclarantes représentent \$8 millions sur l'estimation globale de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Dans un tel cas, le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation; il faudrait donc tenir compte des deux unités de mesure, puisque la fraction de réponse est la plus représentative de la situation.

Appendix VI

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."⁵ In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular fluctuations. These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a significant impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method⁶ to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of estimated raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily a ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times (see Table 27). These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, executed every month. This permits the updating each month of the reference series from which are derived the final estimations of the seasonal factors with the current month's unadjusted data as well as the previous month's revised unadjusted data.

⁵ "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canada Statistical Review*, August 1974.

⁶ For further information see the *X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, *Statistics Canada Catalogue 12-564E, Occasional*.

Appendice VI

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"⁵. L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI⁶ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter les estimations d'une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et rétrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressif à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle, et estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (voir tableau 27). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales sont exécutées à chaque mois. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles qui se réfèrent au mois courant et aux données révisées du mois précédent.

⁵ La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, août 1974.

⁶ Pour de plus amples informations voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, *Statistique Canada*, n° 12-564F au catalogue, hors série.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, users should examine several months of the seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided (see Table 27). The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percentage change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly, small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 28 individually seasonally adjusted kinds of business. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".⁷ Also in March 1984, the **end-point seasonal adjustment** method was adopted. For the period March 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to March 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

Constant Dollar Seasonally Adjusted Estimates⁸

Commencing with the March 1986 issue, seasonally adjusted constant dollar estimates, as shown in Table 28, are obtained by deflating the current dollar seasonally adjusted data by an implicit price index supplied by the Income and Expenditure Accounts Division. Up to February 1986 issue, the total constant dollar seasonally adjusted estimates were derived by employing the direct seasonal adjustment method.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC (voir tableau 27). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC, tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonné au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 28 genres de commerce désaisonnés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada⁷. De plus, la **désaisonnalisation interpolative** a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mars 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mars 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

Estimations désaisonnalisées en dollars constants⁸

Depuis mars 1986, les estimations désaisonnalisées en dollars constants, données au tableau 28, sont obtenues en dégonflant les données désaisonnalisées en dollars courants au moyen d'un indice implicite de prix fourni par la Division des comptes des revenus et des dépenses. Jusqu'à l'édition de février 1986, les estimations totales désaisonnalisées en dollars constants étaient obtenues par l'emploi de la méthode de désaisonnalisation directe.

⁷ Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): *The problem of Aggregation: Direct or Indirect*, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

⁸ See appendix VII on constant dollars estimates.

⁷ Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): *Aggrégation directe ou indirecte*, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistiques Canada.

⁸ Consulter l'appendice VII, sur les estimations en dollars constants.

Revision Procedures

Due to the fact that statistical surveys are subject to different types of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Retail Trade survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In each case, revisions are both monthly and annual. In the first type of revision, monthly corrections apply only to the previous month, while in the second type, monthly corrections apply to the three previous months. In both cases, annual revisions relate to the previous year data. The monthly revisions for the current month (June for example) and the two previous months (April and May) are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

Number of Shopping Days

The number of shopping days that this report is based on, varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current report is based on.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days by Month

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux par mois

	1989		1988	
	Number of shopping days	Number of Saturdays	Number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	25	5
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	4	27	4
April - Avril	25	5	25	5
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	4	25	5
August - Août	27	4	27	4
September - Septembre	25	5	25	4
October - Octobre	25	4	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	25	5	26	5

Procédures de révision

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur le commerce de détail: **les premières sont liées à la façon dont les données sont obtenues tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Dans chacun des cas, ces révisions peuvent être mensuelles ou annuelles. Les révisions mensuelles du premier type ne se rapportent qu'aux seules données du mois précédent tandis que celles du second type se rapportent aux trois mois précédents. Dans les deux cas, les révisions annuelles ne se rattachent qu'aux seules données de l'année précédente. Dans le cas des révisions mensuelles qui se réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) et aux deux mois précédents (soit avril et mai), elles sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les résultats des révisions annuelles, lesquelles sont effectuées à la fin de l'année, sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

Nombre de jours commerciaux

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données présentées ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

Appendix VII

Constant Dollar Estimates

The value of retail trade is measured in two ways: including the effects of price change on sales and net of the effects of price change. The latter measure is also referred to as "retail trade in constant dollars". In theory, the method of calculation for the first of these two measures should be by aggregating the value of each commodity sold by each retail outlet. Likewise, the method to calculate the second measure should be to aggregate these same values making sure, however, that their price stayed the same as in some selected base period.

There are, however, no estimates of the current values of retail trade by commodity. Accordingly, some approximations are required and because of data limitations these are crude. They are calculated by adjusting the results of a 1974 retail commodity survey so that they are coherent with the commodity balances in the latest version of the input-output tables. These values are divided by the most appropriate price index taken from the CPI. These indexes have provincial sales taxes removed from them since by definition retail trade excludes these taxes. Total retail trade in constant dollars is obtained by adding up these constant dollar commodity values. The result, which is an approximate total sales in constant dollars, is divided into the current dollar estimate to yield an "implicit" price deflator.

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.⁹ The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld for this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

⁹ See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

Appendice VII

Estimations en dollars constants

La valeur du commerce de détail se calcule de deux manières: soit en incluant, soit en excluant les effets de changement de prix sur les ventes. La première mesure s'appelle "commerce de détail en dollars courants" et la seconde "commerce de détail en dollars constants". En théorie, la méthode de calcul pour la première de ces deux mesures est la sommation de la valeur de chaque bien vendu par chaque point de ventes au détail. En contre-partie, la méthode de calcul pour la seconde mesure est la sommation de ses mêmes biens, mais tout en s'assurant que les prix utilisés se situent tous sur une même base de référence (ex: année 1981).

Il n'existe présentement, aucunes estimations des valeurs, en dollars courants, du commerce de détail par produits. Par conséquent, on utilise des approximations mais à cause des limitations des données, celles-ci sont brutes. Ces approximations sont calculées en ajustant les résultats de l'enquête des marchandises et biens du commerce de détail de 1974, pour les rendre cohérents avec les balances des produits de la plus récente version des tables d'intrants-extrants. Ces valeurs sont divisées par l'indice des prix le plus approprié, provenant de l'IPC. Ces indices n'incluent aucunes taxes provinciales car, par définition, le commerce de détail n'en tient pas compte. Donc la valeur totale du commerce de détail en dollars constants, est obtenue par l'addition des valeurs de tous les biens en dollars constants. Le résultat, qui est une approximation des ventes totales en dollars constants, est divisé par l'estimation en dollars courants, pour ainsi produire un indice implicite de dégonflement.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière⁹. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes, de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un "X" aux différents postes visés dans la publication.

⁹ Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information **from selected regions** (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential form. For example, in Tables 30 and 31, retail sales for Yukon and Northwest Territories were broken into five kinds of business **groups** only, as compared to the twenty-eight kinds of business for the other regions.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) **pour certaines régions** (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple, dans les tableaux 30 et 31, les ventes au détail pour le Yukon et les Territoires-du-Nord-Ouest sont ventilées en cinq **groupes** de genres de commerce seulement, comparativement à vingt-huit genres de commerce dans le cas des autres régions.

Appendix VIII

Kind of Business Composition Used in Tables 1 to 27

1. **Combination stores.** Combination stores (groceries with 20% or more fresh meat).
2. **Grocery, confectionery and sundries stores.** Grocery, confectionery and sundries stores; grocery stores (with 20% or less fresh meat).
3. **All other food stores.** Bakery products stores; confectionery and nut stores; dairy products stores; egg and poultry stores; fruit and vegetable stores; meat markets; fish markets; delicatessen stores; other food stores.
4. **Department stores.** Department stores including concessions located in department store outlets which are an integral part of the overall operation. (**Note:** This kind of business **excludes** non-department store outlets operated by department store firms, as well as department store mail-order and catalogue sales offices.)
5. **General merchandise stores.** General merchandise stores (less than one-third food); and department store mail order and catalogue sales offices.
6. **General stores.** General stores (more than one-third food).
7. **Variety stores.** Variety stores.
8. **Motor vehicle dealers.** Motor vehicle dealers (new and used or new only).
9. **Used car dealers.** Used car dealers (used cars and trucks or used cars only).
10. **Service stations.** Service stations.
11. **Garages.** Garages.
12. **Automotive parts and accessories stores.** Tire, battery and accessories stores; home and auto supply stores.
13. **Men's clothing stores.** Men's and boys' clothing stores; men's and boys' furnishings stores; men's and boys' hat stores; custom tailors (made to measure shops).

Appendice VIII

Composition par genre de commerce utilisé dans les tableaux 1 à 27

1. **Épiceries-boucheries.** Épiceries-boucheries (épiceries avec 20% ou plus de viande fraîche).
2. **Épiceries, confiseries et articles divers.** Épiceries, confiseries et magasins d'articles divers; épiceries (avec 20% ou moins de viande fraîche).
3. **Tous les autres magasins d'aliments.** Magasins de produits de boulangerie; magasins de bonbons, de noix et confiseries; laiteries; magasins d'œufs et de volailles; magasins de fruits et légumes; boucheries; poissonneries; magasins d'aliments fins (**delicatessen**); autres magasins d'alimentation.
4. **Grands magasins.** Grands magasins y compris les filiales situées dans les points de vente des grands magasins qui font partie intégrale de l'exploitation. (**Nota: Sont exclus** les points de vente autres que ceux des grands magasins, qui sont exploités par les sociétés propriétaires de grands magasins, ainsi que les bureaux de vente par commande postale et par catalogue des grands magasins.)
5. **Magasins de marchandises diverses.** Magasins de marchandises diverses (moins du tiers du stock en aliments); et les bureaux de vente par commande postale et par catalogue des grands magasins.
6. **Magasins généraux.** Magasins généraux (plus du tiers du stocks en aliments).
7. **Bazars.** Bazars.
8. **Concessionnaires d'automobiles.** Vendeurs d'automobiles (neuves et d'occasion ou neuves seulement).
9. **Vendeurs d'automobiles d'occasion.** Vendeurs d'automobiles d'occasion (automobiles et camions d'occasion ou automobiles d'occasion seulement).
10. **Stations-service.** Stations-service.
11. **Garages.** Garages.
12. **Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles.** Magasins de pneus, d'accumulateurs et d'accessoires; magasins de fournitures pour la maison et l'automobile.
13. **Magasins de vêtements pour hommes.** Magasins de vêtements pour hommes et garçons; magasins d'accessoires vestimentaires pour hommes et garçons; chapelleries pour hommes et garçons; tailleurs (ateliers de confection sur place de vêtements sur mesure).

- | | |
|---|---|
| <p>14. Women's clothing stores. Women's and misses' ready-to-wear stores; women's and misses' lingerie and hosiery stores; accessories and other apparel stores.</p> <p>15. Family clothing stores. Family clothing and furnishing stores.</p> <p>16. Specialty shoe stores. Men's and boys' shoe stores; women's and misses' shoe stores; children's and infants' shoe stores.</p> <p>17. Family shoe stores. Family shoe stores.</p> <p>18. Hardware stores. Hardware stores.</p> <p>19. Household furniture stores. Furniture stores.</p> <p>20. Household appliance stores. Household appliance stores; electrical supply stores.</p> <p>21. Furniture, television, radio and appliance stores. Furniture, television, radio and appliance stores.</p> <p>22. Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores. Drugstores including proprietary stores.</p> <p>23. Book and stationery stores. Book and stationery stores.</p> <p>24. Florists. Florists.</p> <p>25. Jewellery stores. Jewellery stores.</p> <p>26. Sporting goods and accessories stores. Sporting goods stores; boats, outboard motors and boating accessories; bicycle and bicycle repair shops; motorcycle dealers.</p> <p>27. Personal accessories stores. Tobacco stores and stands; news dealers, gift novelty and souvenir shops; camera and photographic supply stores; luggage and leather goods stores; toy and hobby shops.</p> <p>28. All other stores:</p> <p>Other automotive businesses. Paint and body shops; other specialty repair shops; car washes; other automotive businesses, n.e.c.</p> | <p>14. Magasins de vêtements pour dames. Magasins de vêtements prêts-à-porter pour dames et jeunes filles; magasins de lingerie et bonneteries pour dames et jeunes filles; magasins d'accessoires et autres vêtements.</p> <p>15. Magasins de vêtements pour la famille. Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires pour la famille.</p> <p>16. Magasins spécialisés de chaussures. Magasins de chaussures pour hommes et garçons; magasins de chaussures pour dames et jeunes filles; magasins de chaussures pour enfants et bébés.</p> <p>17. Magasins de chaussures pour la famille. Magasins de chaussures pour la famille.</p> <p>18. Quincailleries. Quincailleries.</p> <p>19. Magasins de meubles ménagers. Magasins de meubles.</p> <p>20. Magasins d'appareils ménagers. Magasins d'appareils ménagers; magasins de fournitures électriques.</p> <p>21. Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires. Magasins de meubles, de téléviseurs, de radios et d'appareils ménagers.</p> <p>22. Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté. Drogueries, y compris magasins de spécialités pharmaceutiques.</p> <p>23. Librairies et papeteries. Librairies-papeteries.</p> <p>24. Fleuristes. Fleuristes.</p> <p>25. Bijouteries. Bijouteries.</p> <p>26. Magasins d'articles de sport et d'accessoires. Magasins d'articles de sport; embarcations, moteurs hors-bord et accessoires connexes; magasins de bicyclettes et ateliers de réparation; vendeurs de motocyclettes.</p> <p>27. Magasins d'accessoires personnels. Magasins et kiosques et tabac; marchands de journaux et de périodiques; magasins de cadeaux, de nouveautés et de souvenirs; magasins d'appareils et de fournitures photographiques; magasins de sacs de voyage, valises, malles, mallettes et de maroquinerie; magasins de jouets et de jeux.</p> <p>28. Tous les autres magasins:</p> <p>Autres commerces d'automobiles. Ateliers de peinture et de débosselage; autres ateliers de réparation spécialisés; lavage d'automobiles; autres commerces d'automobiles, n.c.a.</p> |
|---|---|

Other apparel and accessories stores.

Millinery stores; furriers and fur stores; children's and infants' wear stores; secondhand clothing stores; piece goods stores; wool shops; other apparel and accessories stores, n.e.c.

Other home furnishings stores.

Paint, glass and wallpaper stores; television sales and service shops; television, radio and hi-fi stores; china, glassware and kitchenware stores; floor coverings, curtains, upholstery and interior decoration stores; linen stores; picture and picture framing stores; antique stores; secondhand furniture stores; piano and organ stores; record bars; other home furnishings stores, n.e.c.

Radio, television and electrical appliance repair shops.

Television and radio repair shops; household appliance repair shops.

Jewellery repair shops.

Jewellery repair shops.

Alcoholic beverage stores.

Government liquor stores; retail beer stores; retail wine stores.

Miscellaneous stores.

Music stores; opticians; health appliance stores; monument and tombstone dealers; pet shops; religious goods dealers; artists' supply stores; art galleries; coin and stamp dealers; mobile home dealers; pawn shops; ice dealers; all other retail stores, n.e.c.

Autres magasins de vêtements et accessoires.

Magasins de chapeaux; fourreurs ou magasins de fourrures; magasins de vêtements pour enfants et bébés; magasins de vêtements usagés; magasins de marchandises à la pièce; magasins de laines; autres magasins de vêtements, n.c.a.

Autres magasins d'articles d'ameublement.

Magasins de peinture, vitre et papier tenture; magasins de vente et réparation de téléviseurs; magasins de téléviseurs, radios et appareils de haute fidélité; magasins de vaisselle, verrerie et ustensiles de cuisine; magasins de revêtements de sol; magasins de rideaux, capitonnage et décoration intérieure; magasins de toilerie; magasins de tableaux et cadres; magasins d'antiquités; magasins de meubles d'occasion; magasins de pianos et orgues; comptoirs de disques; tous les autres fournitures de maison, n.c.a.

Ateliers de réparation de téléviseurs, de radios et d'appareils ménagers.

Réparation de téléviseurs et radios; réparation d'appareils électro-ménagers.

Réparation de bijoux.

Réparation de bijoux.

Magasins de boissons alcooliques.

Spiritueux, magasins du gouvernement; détaillants de bière; détaillants de vin.

Magasins divers.

Magasins de musique; opticiens; magasins d'appareils de la santé; marchands des monuments funéraires et pierres tombales; boutiques d'animaux; marchands d'objets de piété; magasins de fournitures pour artistes; galeries d'art; marchands de timbres et pièces de monnaie; marchands de maisons mobiles; bureaux de mont-de-piété; vendeurs de glace; tous les autres magasins de détail, n.c.a.

Appendix IX

Groupings of Kinds of Business Used in Table 30 and 31

1. **Food group.** Combination stores; grocery, confectionery and sundries stores; and all other food stores.
2. **General merchandise and apparel group.** Department stores; general merchandise stores; general stores; variety stores; men's clothing stores; women's clothing stores; family clothing stores; specialty shoe stores; and family shoe stores.
3. **Automobile dealers.** Motor vehicle dealers.
4. **Automotive group.** Used car dealers; service stations, garages; and automotive parts and accessories stores.
5. **Hardware, home furnishings and other retail stores group.** Hardware stores; household furniture stores; household appliance stores; furniture, television, radio and appliance stores; pharmacies, patent medicine and cosmetic stores; book and stationery stores; florists; jewellery stores; sporting goods and accessories stores; personal accessories stores; and all other stores.

Appendice IX

Groupes de genres de commerce utilisés dans le tableau 30 et 31

1. **Groupe des magasins d'alimentation.** Épiceries-boucheries; épicerie, confiseries et articles divers; et tous les autres magasins d'alimentation.
2. **Groupe des magasins de marchandises diverses et des magasins de vêtements.** Grands magasins; magasins de marchandises diverses; magasins généraux; bazars; magasins de vêtements pour hommes; magasins de vêtements pour dames; magasins de vêtements pour la famille; magasins spécialisés de chaussures; et magasins de chaussures pour la famille.
3. **Concessionnaires d'automobiles.** Concessionnaires d'automobiles.
4. **Groupe de l'automobile.** Vendeurs d'automobiles d'occasion; stations-service; garages; et magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles.
5. **Groupe des quincailleries, des magasins de meuble et des autres magasins de détail.** Quincailleries; magasins de meubles ménagers; magasins d'appareils ménagers; magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires; pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté; librairies et papeteries; fleuristes; bijouteries; magasins d'articles de sport et d'accessoires; magasins d'accessoires personnels; et tous les autres magasins.

Selected Publications, Retail Trade

The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 36 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 104 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 36 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department Stores. A., Bil. Approx. 120 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0227-017X).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results Series, Retail Trade. O., Bil. (First Issue, 1974):

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1983
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1983
- 63-608 Retail Florists, 1983
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1983
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

Choix de publications, commerce de détail

Les publications suivantes sont produites par la section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 104 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 36 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 120 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0227-017X).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Série des Résultats d'exploitation, Commerce de détail. H.S., Bil. (Premier numéro, 1974):

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1983
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1983
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1983
- 63-609 Bijouteries au détail, 1983
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980

Catalogue

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements
pour la famille, 1980

M. – Monthly A. – Annual
Bil. – Bilingual O. – Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$10.00, other countries \$11.50.

Catalogue

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. – Mensuel A. – Annuel
Bil. – Bilingue H.S. – Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$10.00, autres pays \$11.50.



ROCK SOLID INFORMATION

Get a focus on Canada's markets and business opportunities with **the** source of reliable information... Statistics Canada and its unequaled family of outstanding publications and services.

Relying on Statistics Canada means you're building your decisions on hard facts assembled by a professional organization with a world-wide reputation for scrupulous accuracy and complete reliability.

Join the thousands of corporations and individuals who base their Canadian business decisions on Statistics Canada publications. Year after year.

For more information on Statistics Canada's extensive range of publications and information services, please call toll-free 1-800-267-6677.

At Statistics Canada, we provide information you can build on.

DE L'INFORMATION SOLIDE COMME LE ROC


Statistique Canada vous offre des produits et services de qualité qui vous donnent une image claire du secteur canadien des affaires.

Joignez-vous aux milliers de personnes et d'entreprises qui, année après année, fondent leurs décisions sur les publications de Statistique Canada.

Vous fier à Statistique Canada, c'est fonder vos décisions sur des renseignements solides, recueillis par un organisme dont la réputation internationale en est une d'exactitude et de fiabilité.

Pour obtenir plus de renseignements sur toute la gamme de publications et de services qu'offre Statistique Canada, veuillez composer le numéro sans frais 1-800-267-6677.

Statistique Canada fournit l'information à la base des grandes réalisations.



What happened to the cost of living last month?

The Consumer Price Index will tell you.

Whether you negotiate wage settlements, administer COLA clauses in labour contracts, assess government policies or are involved in renewal contracts, child support or alimony payments, you need current and detailed information on changes in the cost of living.

Compiled monthly (and published within 20 days of the month's end), the **Consumer Price Index** gives you a precise account of the latest fluctuations in consumer prices.

This monthly publication covers:

- transportation
- food
- clothing
- housing
- health and personal care
- recreation, reading and education
- tobacco products and alcoholic beverages

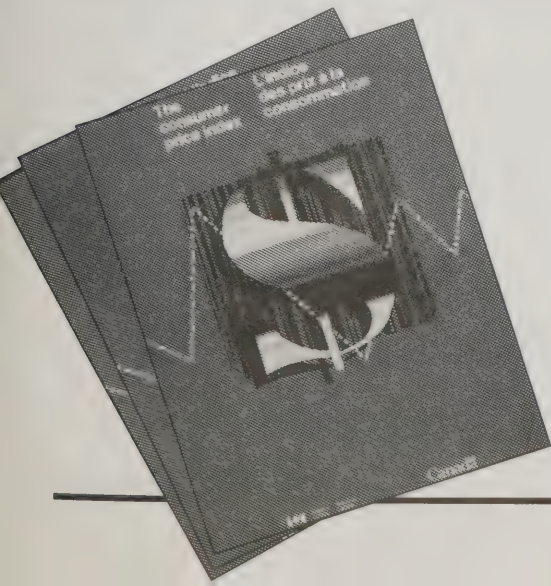
Over 400 items, ranging from milk to parking, household furnishings to reading material, are included.

Price indexes are presented nationally and for 18 major Canadian cities. In each issue you receive month-to-month percentage comparisons and trends over the last five years. And each issue analyzes the main causes of changes.

Get the facts.

Subscribe to the **Consumer Price Index** (Catalogue No. 62-001) for the authoritative measure of the purchasing power of the Canadian consumer dollar. A subscription to this monthly is available for \$89 in Canada, and \$107 outside Canada.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.



Qu'en était-il du coût de la vie le mois dernier?

L'indice des prix à la consommation répond à votre question.

Que vous ayez à négocier des règlements salariaux, à administrer des clauses d'indemnité de vie chère ou à évaluer des politiques gouvernementales, que vous vous occupiez du renouvellement de contrats, de pensions alimentaires ou d'allocations d'entretien, vous avez besoin de données récentes et détaillées sur les fluctuations du coût de la vie.

Établi mensuellement, et publié dans les 20 jours suivant la fin de chaque mois, **L'indice des prix à la consommation** vous renseigne de façon précise sur les plus récentes fluctuations des prix à la consommation.

Cette publication mensuelle porte sur :

- l'alimentation
- l'habillement
- l'habitation
- le transport
- la santé et les soins personnels
- les loisirs, la lecture et la formation
- les produits du tabac et les boissons alcoolisées

Plus de 400 articles sont inclus, allant du lait au stationnement en passant par l'ameublement de maison et le matériel de lecture.

Les indices de prix sont donnés pour l'ensemble du pays et 18 principales villes canadiennes. Chaque numéro présente des comparaisons des pourcentages mois après mois et les tendances au cours des cinq dernières années. En outre, chaque numéro analyse les principales causes de changements.

Abonnez-vous !

L'indice des prix à la consommation (n° 62-001 au catalogue) vous permet d'obtenir une évaluation fiable du pouvoir d'achat du dollar canadien. L'abonnement à cette publication mensuelle coûte 89 \$ au Canada et 107 \$ à l'étranger.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

For faster service, using Visa or MasterCard, call toll-free,

Pour un service plus rapide, utilisez votre carte Visa ou MasterCard et composez sans frais le

1-800-267-6677

Introducing

Perspectives on Labour and Income

Canada's essential employment and income information now in one quarterly journal.

If you're responsible for developing employment strategies, negotiating labour contracts, forecasting economic trends, or administering social programs, you'll find ***Perspectives on Labour and Income*** indispensable.

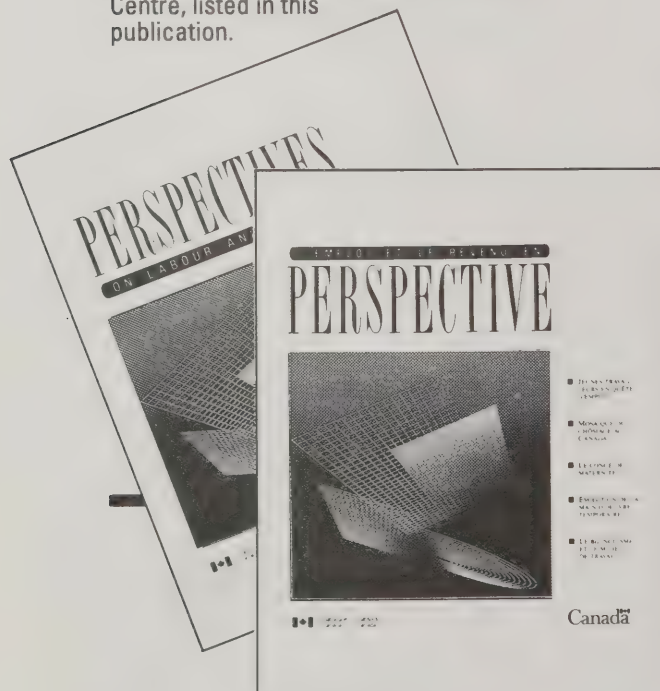
It will keep you up-to-date on the latest Canadian trends in employment... **unemployment insurance, pensions, and industry changes...** and income... **earning gaps between men and women, family income and spending habits,** and more. Every issue of this quarterly journal contains:

- **Feature Articles...** in-depth information on vital topics
- **Forum...** an arena for discussion among researchers and readers
- **Sources...** a compendium of new information sources, news and updates on current research
- **Key Labour and Income Facts...** over 60 indicators let you monitor the trends on a national and provincial level.

Don't miss a single issue. Order your subscription today!

Perspectives on Labour and Income (Catalogue No. 75-001E) is \$50 annually (4 issues) in Canada, and \$60 annually outside Canada.

To order, write: **Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario K1A 0T6**, or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre, listed in this publication.



Nouveau !

L'emploi et le revenu en perspective

Toute l'information essentielle sur l'emploi et le revenu au Canada dans une nouvelle revue trimestrielle.

Si vous avez la responsabilité d'élaborer des stratégies d'emploi, de négocier des contrats de travail, de prévoir les nouvelles tendances du marché ou d'administrer des programmes sociaux, vous ne pouvez pas vous passer de ***L'emploi et le revenu en perspective***.

Cette revue vous renseigne sur tout ce qui se passe dans le domaine de l'emploi... **les employés à temps partiel, les pensions, les changements de l'industrie...** et des revenus... **les disparités salariales entre hommes et femmes, le revenu familial et les habitudes de consommation** et plus encore. Chaque numéro de cette revue trimestrielle comprend :

- **Des articles de fond...** des analyses détaillées sur des sujets de l'heure
- **Un forum...** une tribune pour échanger vos idées et connaître l'opinion des autres chercheurs et lecteurs
- **Des sources...** un condensé de nouvelles sources d'information, de renseignements et une mise à jour sur les recherches en cours.
- **Des indicateurs clés de l'emploi et du revenu...** plus de 60 indicateurs vous permettant d'analyser les tendances du marché provincial et national.

Ne ratez pas un seul numéro. Abonnez-vous dès aujourd'hui !

Un abonnement à ***L'emploi et le revenu en perspective*** (n° 75-001F au catalogue) coûte 50 \$ pour quatre numéros par an au pays et 60 \$ annuellement à l'étranger.

Pour commander, écrivez à **Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario), K1A 0T6** ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près de chez vous (voir la liste dans cette publication).

For faster service, call toll free and use your VISA or MasterCard.

Pour obtenir votre revue plus rapidement, composez le numéro suivant sans frais et portez la commande à votre compte VISA ou MasterCard.

1-800-267-6677

Retail trade

September 1989



Commerce de détail

Septembre 1989



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Symbols

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- * The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2300/17, 2320, 2321), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **P.N. Triandafillou**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Distributive Trades Sub-division, Retail Trade Section, Industry Division

Signes conventionnels

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.
- * Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dus aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement; elles doivent par conséquent être utilisées avec circonspection.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2300/17, 2320, 2321), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordirolingues. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **P.N. Triandafillou**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Table of Contents

	Page
Highlights	v
Chart	
Monthly Retail Trade Unadjusted and Seasonally Adjusted Canada, 1987-1989	vii
Monthly Retail Trade Seasonally Adjusted, in Current and Constant (1981) Dollars, Canada, 1987-1989	vii
Retail Trade, Cumulative Total by Kind of Organization, Canada, 1987-1989	viii
Distribution of Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Region and Selected Metropolitan Areas	ix

Table

Preliminary Estimates - Current Month

Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

1. Newfoundland	2
2. Prince Edward Island	4
3. Nova Scotia	6
4. New Brunswick	8
5. Québec	10
6. Metropolitan Montréal	12
7. Ontario	14
8. Metropolitan Toronto	16
9. Manitoba	18
10. Metropolitan Winnipeg	20
11. Saskatchewan	22
12. Alberta	24
13. British Columbia	26
14. Metropolitan Vancouver	28
15. Yukon and Northwest Territories	30
16. Canada	32

Revised Estimates - Previous Month

Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

17. Newfoundland	34
17. Prince Edward Island	35
18. Nova Scotia	36
18. New Brunswick	37
19. Québec	38
19. Metropolitan Montréal	39

Table des matières

	Page
Points saillants	v
Graphique	
Commerce de détail mensuel, non-désaisonnalisé et désaisonnalisé, Canada, 1987-1989	vii
Commerce de détail mensuel, désaisonnalisé, estimé en dollars courants et constants (1981), Canada, 1987-1989	vii
Commerce de détail, total cumulatif par type d'entreprise, Canada, 1987-1989	viii
Répartition du commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, par région et certaines zones métropolitaines	ix

Tableau

Estimations préliminaires - Le mois en cours

Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

1. Terre-Neuve	2
2. Île-du-Prince-Édouard	4
3. Nouvelle-Écosse	6
4. Nouveau-Brunswick	8
5. Québec	10
6. Zone métropolitaine de Montréal	12
7. Ontario	14
8. Zone métropolitaine de Toronto	16
9. Manitoba	18
10. Zone métropolitaine de Winnipeg	20
11. Saskatchewan	22
12. Alberta	24
13. Colombie-Britannique	26
14. Zone métropolitaine de Vancouver	28
15. Yukon et Territoires du Nord-Ouest	30
16. Canada	32

Estimations révisées - Le mois précédent

Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants suivant le genre de commerce

17. Terre-Neuve	34
17. Île-du-Prince-Édouard	35
18. Nouvelle-Écosse	36
18. Nouveau-Brunswick	37
19. Québec	38
19. Zone métropolitaine de Montréal	39

Table of Contents – Concluded

	Page
Table – Concluded	
20. Ontario	40
20. Metropolitan Toronto	41
21. Manitoba	42
21. Metropolitan Winnipeg	43
22. Saskatchewan	44
22. Alberta	45
23. British Columbia	46
23. Metropolitan Vancouver	47
24. Yukon and Northwest Territories	48
24. Canada	49

Supplementary data, retail trade

25. Retail Trade, Seasonally Adjusted, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area	52
26. Retail Trade, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area	54
27. Retail Trade, MCD and Combined, Seasonal and Trading Day Factors	56
28. Retail Trade, Canada, Current and Constant Dollar Estimates, 1987-1989	57
29. Retail Trade, by Kind of Business Group, Canada	58
30. Yukon	60
31. Northwest Territories	61

Appendix

I. Scope of the Survey	65
II. Definitions	67
Classification	67
III. Methodology	69
Sample	70
IV. Components of the Survey Universe	71
The Survey Master File	71
Chain and Department Store Component	71
Area File Component	72
V. Data Reliability	73
Sampling and Non-sampling Errors	73
Measures of Sampling and Non-Sampling Errors	73
Measures of Reliability, by Kind of Business and by Region	74
VI. Seasonal Adjustment	79
Revision Procedures	81
Number of Shopping Days	81
VII. Constant Dollar Estimates	83
Data Confidentiality	83
VIII. Kind of Business Composition used in Tables 1 to 27	85
IX. Grouping of Kinds of Business used in Tables 30 and 31	89

Selected Publications

Table des matières – fin

	Page
Tableau – fin	
20. Ontario	40
20. Zone métropolitaine de Toronto	41
21. Manitoba	42
21. Zone métropolitaine de Winnipeg	43
22. Saskatchewan	44
22. Alberta	45
23. Colombie-Britannique	46
23. Zone métropolitaine de Vancouver	47
24. Yukon et Territoires du Nord-Ouest	48
24. Canada	49

Données supplémentaires sur le commerce de détail

25. Commerce de détail, désaisonnalisé, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine	52
26. Commerce de détail par genre de commerce et par région et zone métropolitaine	54
27. Commerce de détail, MDC et coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux	56
28. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants, 1987-1989	57
29. Commerce de détail, par groupes de genres de commerce, Canada	58
30. Yukon	60
31. Territoires du Nord-Ouest	61

Appendice

I. Champ de l'enquête	65
II. Définitions	67
Classification	67
III. Méthodologie	69
Échantillon	70
IV. Éléments de l'univers de l'enquête	71
Fichier principal de l'enquête	71
Élément magasins à succursales et grands magasins	71
Élément fichier géographique (aréolaire)	72
V. Fiabilité des données	73
Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs	73
Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage	73
Mesure de la fiabilité, selon le genre de commerce et la région	74
VI. Désaisonnalisation	79
Procédures de révision	81
Nombre de jours commerciaux	81
VII. Estimations en dollars constants	83
Confidentialité des données	83
VIII. Composition par genre de commerce utilisé dans les tableaux 1 à 27	85
IX. Groupes de genres de commerce utilisés dans les tableaux 30 et 31	89

Choix de publications

Highlights

Seasonally Adjusted Sales

- Preliminary estimates indicate that retail sales increased 1.7% in September 1989 to \$14.7 billion. Excluding new and used motor vehicle dealers, retail trade rose 0.4% in September 1989 following a 0.2% decline in August.
- The 1.7% gain in September represents the largest monthly increase in retail sales since the 1.9% rise in April 1989. In spite of this strong increase, retail sales rose 0.5% in the third quarter of 1989 compared to an advance of 2.1% in the second quarter.
- The overall gain in September was primarily attributable, in order of dollar impact, to increases reported by motor vehicle dealers (+6.6%), combination stores (+1.4%) and service stations (+0.9%). Partly offsetting these increases were declines by department stores (-1.4%), family shoe stores (-9.0%) and furniture, T.V., radio and appliance stores (-6.2%).
- Motor vehicle dealers sales increased for the second consecutive month, whereas the decline reported by department stores followed a 1.4% gain in August 1989. The 0.9% increase by service stations constitutes the third consecutive monthly increase.
- With the exception of the Yukon and Northwest Territories, which recorded a decline of 1.5%, all provinces posted increases in September. The gains ranged from 6.2% in Saskatchewan to 0.1% in British Columbia.
- Cumulative retail sales for the first nine months of 1989 amounted to \$129.2 billion, up 6.0% over the corresponding period in 1988.

Unadjusted Sales

- Retail trade totalled \$14.5 billion in September 1989, an increase of 5.4% over the same month last year. Cumulative retail sales for the first nine months of 1989 amounted to \$125.4 billion, up 5.2% over the corresponding period in 1988.
- Year-over-year comparisons indicate a rise of 6.5% for all foods stores and an increase of 2.1% for new and used motor vehicle dealers – the two

Faits saillants

Ventes désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires de septembre 1989, les ventes au détail ont enregistré une hausse de 1.7% pour totaliser \$14.7 milliards. En excluant les concessionnaires d'automobiles neuves et usagées, le commerce de détail s'est accru de 0.4% en septembre 1989, suite à une baisse de 0.2% en août.
- Le gain de 1.7% en septembre représente la plus forte hausse mensuelle des ventes du commerce de détail depuis l'augmentation de 1.9% en avril 1989. Malgré cette forte hausse, les ventes au détail ont enregistré une augmentation de seulement 0.5% au cours du troisième trimestre de 1989, comparativement à une progression trimestrielle moyenne d'environ 2.1% au cours du deuxième trimestre.
- Par ordre d'importance en dollars, l'augmentation globale en septembre est d'abord attribuable à la hausse signalée par les concessionnaires d'automobiles neuves (+6.6%), les épicerie-boucheries (+1.4%) et les stations-service (+0.9%). Ces hausses ont été partiellement contrebalancées par les baisses rapportées par les grands magasins (-1.4%), les magasins de chaussures pour la famille (-9.0%) et les magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires (-6.2%).
- Les ventes de concessionnaires d'automobiles neuves ont augmenté pour un deuxième mois consécutif, tandis que la baisse enregistrée par les grands magasins fait suite à une hausse de 1.4% en août 1989. L'augmentation de 0.9% des stations-service constitue la troisième augmentation consécutive.
- Les ventes ont augmenté dans toutes les provinces, en septembre, à l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest, qui ont enregistré une diminution de 1.5%. Les gains s'échelonnent de 6.2% en Saskatchewan à 0.1% en Colombie-Britannique.
- Sur une base cumulative, les ventes se chiffrent à \$129.2 milliards, en hausse de 6.0% par rapport aux neuf premiers mois de l'année dernière.

Ventes non désaisonnalisées

- Le commerce de détail s'est chiffré à \$14.5 milliards en septembre 1989, soit une hausse de 5.4% par rapport au même mois l'an dernier. Sur une base cumulative, les ventes se chiffrent à \$125.4 milliards, en hausse de 5.2% par rapport aux neuf premiers mois de l'année dernière.
- Les ventes des magasins d'alimentation ont connu une hausse de 6.5% et celles des concessionnaires d'automobiles une augmentation de 2.1% selon les comparaisons

largest groups within retail trade. Department stores sales increased by 2.7% on a year-over-year basis, while service stations rose by 9.1%.

- All provinces and territories reported higher sales in September 1989 compared to the corresponding month in 1988. Sales were also higher in the four metropolitan areas covered by the survey.

Constant Dollars Estimates

- Deflated with an implicit price index of 140.7, retail sales for September 1989, not seasonally adjusted, increased by 0.5% over the same month a year ago and totalled \$10.3 billion in constant (1981) dollars. The seasonally adjusted value, deflated with an index of 141.1, increased 1.4% in September 1989 over the revised adjusted sales for August, to reach \$10.4 billion in constant (1981) dollars.

d'une année à l'autre des deux plus importants groupes du commerce de détail. Les ventes des grands magasins ont enregistré une hausse de 2.7%, sur la base d'une année à l'autre, alors que les ventes des stations-service ont augmenté de 9.1%.

- Toutes les provinces et tous les territoires ont enregistré des hausses de ventes en septembre 1989 comparativement à septembre 1988. Les ventes ont également progressé dans les quatre régions métropolitaines visées par l'enquête.

Estimations en dollars constants

- Dégonflées à l'aide d'un indice implicite de 140.7 les ventes au détail non désaisonnalisées pour le mois de septembre 1989 ont augmenté de 0.5% par rapport au mois correspondant de l'an passé et ont totalisé \$10.3 milliards en dollars constants (1981). La valeur désaisonnalisée des ventes, dégonflée à l'aide d'un indice de 141.1, a enregistré une hausse de 1.4% par rapport aux ventes désaisonnalisées révisées d'août 1989 et s'est chiffrée à \$10.4 milliards en dollars constants de 1981.

Chart - 1

Graphique - 1

Monthly Retail Trade, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1987-1989

Commerce de détail mensuel, non désaisonné et désaisonné, Canada, 1987-1989

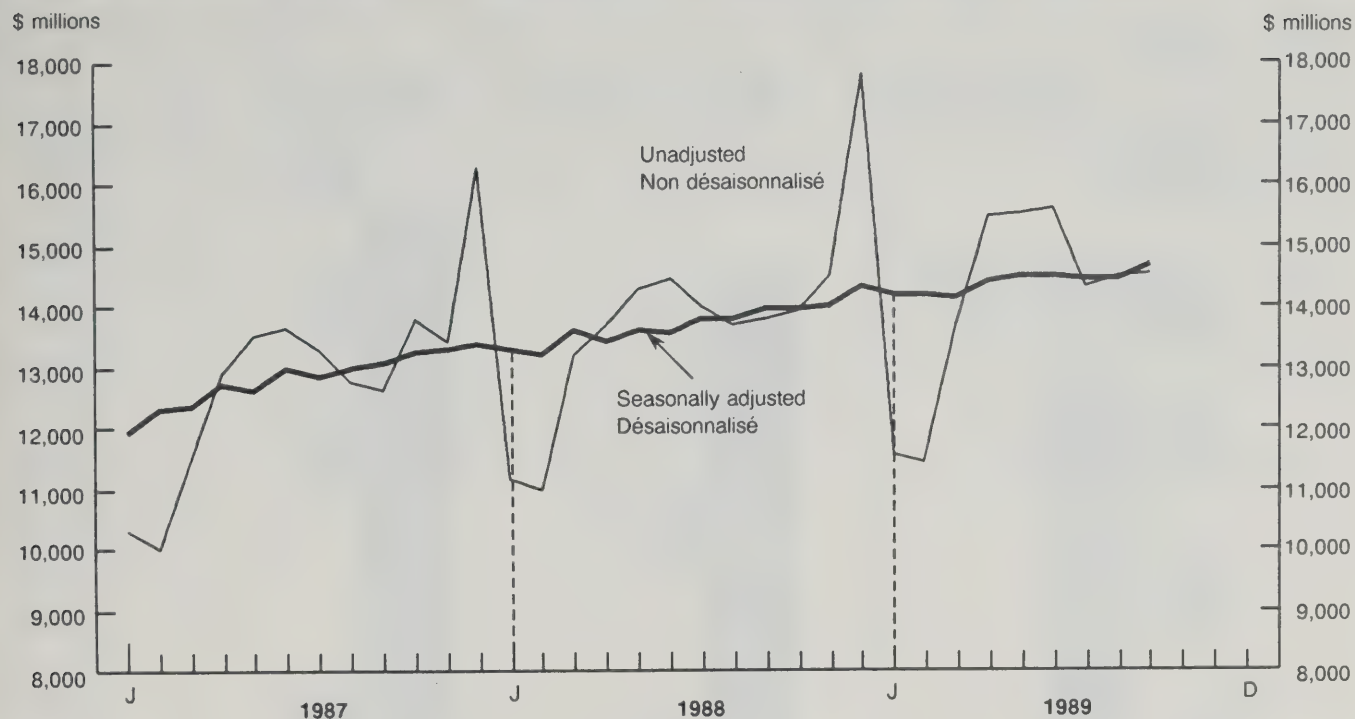


Chart - 2

Graphique - 2

Monthly Retail Trade, Seasonally Adjusted, in Current and Constant (1981) Dollars, Canada, 1987-1989

Commerce de détail mensuel, désaisonné, estimé en dollars courants et constants (1981), Canada, 1987-1989

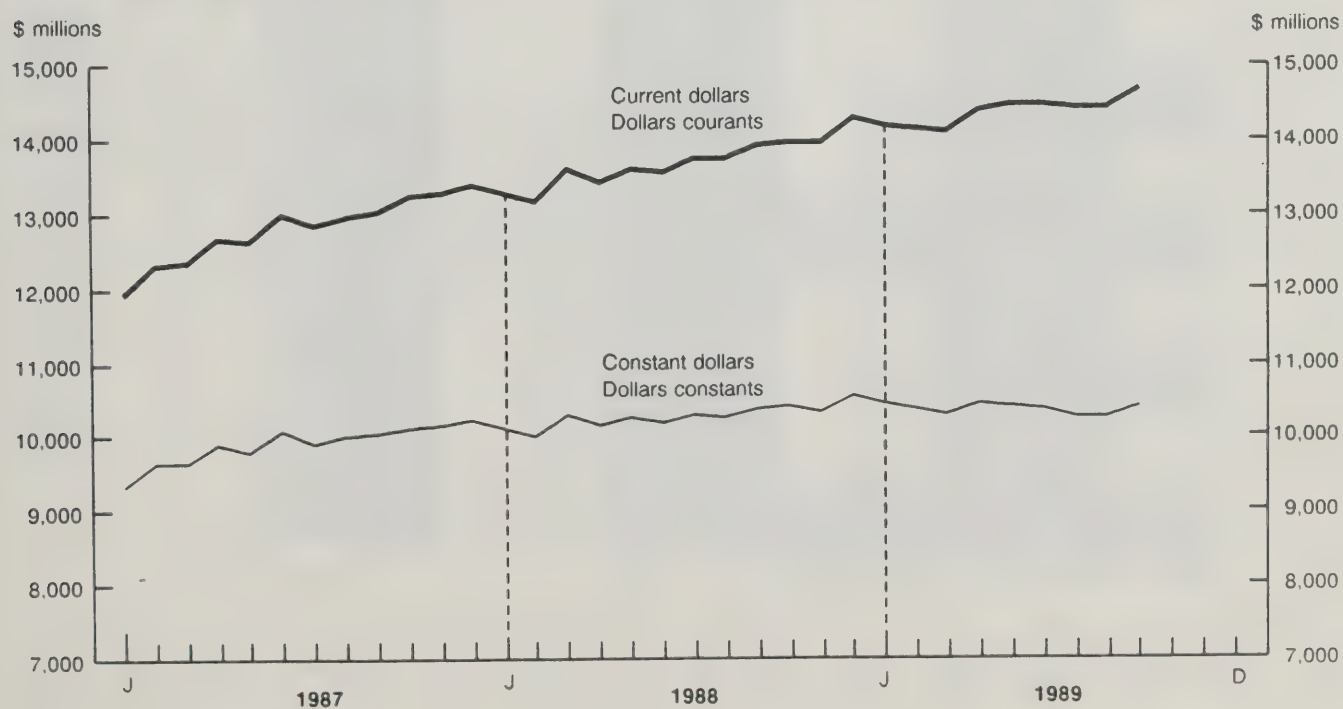
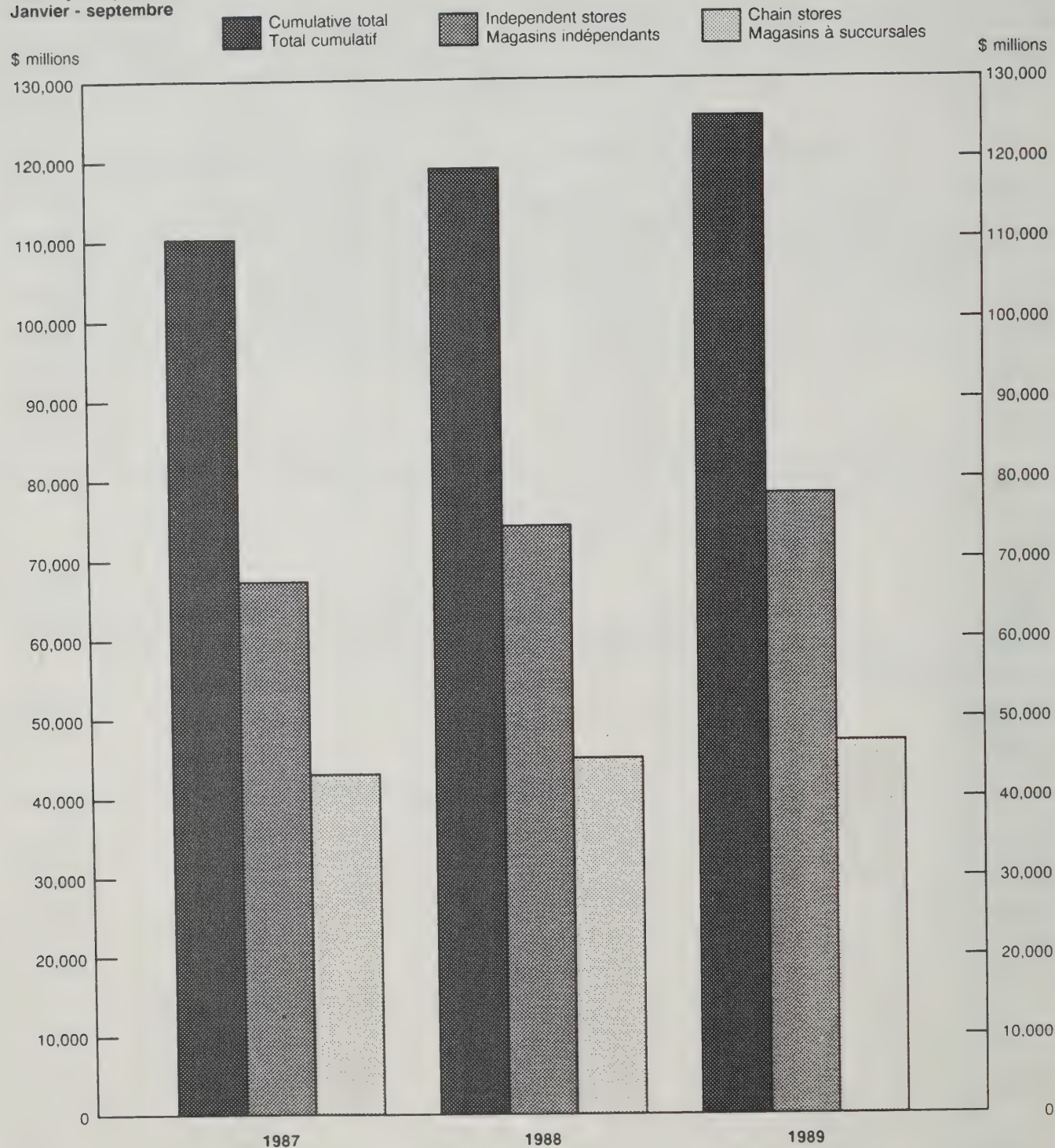


Chart - 3

Retail Trade, Cumulative Total by Kind of Organisation, Canada, 1987-1989 ¹
Commerce de détail, total cumulé par type d'entreprise, Canada, 1987-1989 ¹

January - September
 Janvier - septembre

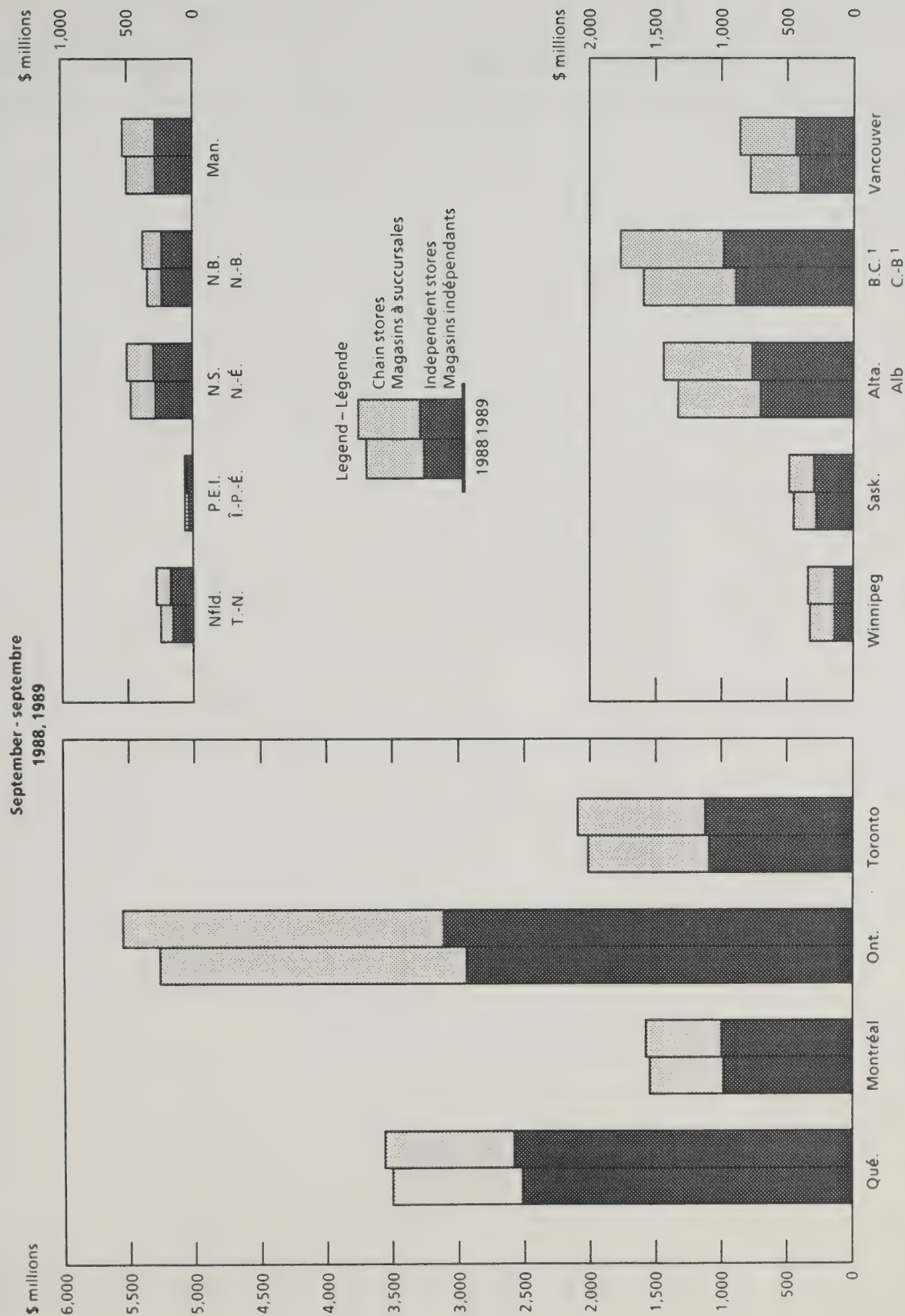


¹ Based on preliminary estimates.

¹ D'après des estimations préliminaires.

Chart - 4
Distribution of Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Region and Selected Metropolitan Areas

Répartition du commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, par région et certaines zones métropolitaines



¹ B.C. includes sales from Yukon and Northwest Territories.

¹ C.-B. inclut les ventes du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest.

Statistical Tables

Retail Trade, Unadjusted, by Region and Kind of Business

Tableaux statistiques

Commerce de détail, données brutes, par région et genre de commerce

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 1. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Newfoundland

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	41,563	+ 9.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	35,291	+ 20.6
3	All other food stores	x	x	x	x	3,300	+ 26.2
4	Department stores	13,497	+ 3.3	-	-	13,497	+ 3.3
5	General merchandise stores	x	x	x	x	14,506	+ 9.1
6	General stores	x	x	x	x	9,573	+ 8.0
7	Variety stores	x	x	x	x	5,858	+ 5.2
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	44,878	- 1.8
9	Used car dealers	-	-	950	+ 12.5	950	+ 12.5
10	Service stations	x	x	x	x	27,720	+ 3.6
11	Garages	-	-	1,968	+ 15.7	1,968	+ 15.7
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	5,982	+ 10.0	5,982	+ 10.0
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	989	+ 9.6
14	Women's clothing stores	3,525	+ 17.8	329	+ 33.9	3,854	+ 19.0
15	Family clothing stores	5,510	+ 6.6	2,127	+ 6.0	7,637	+ 6.4
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	3,200	+ 22.6	3,200	+ 22.6
19	Household furniture stores	x	x	x	x	2,003	- 13.5
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	6,988	+ 18.3	270	- 0.6	7,258	+ 17.5
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	2,938	+ 27.4	14,899	+ 8.0	17,837	+ 10.7
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	532	+ 15.9
24	Florists	x	x	x	x	x	x
25	Jewellery stores	637	+ 17.4	382	+ 29.1	1,019	+ 21.5
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	1,766	- 5.3
27	Personal accessories stores	762	- 0.7	678	+ 0.9	1,440	-
28	All other stores	9,419	+ 4.7	12,195	+ 15.1	21,614	+ 10.3
29	All stores	111,985	+ 9.3	164,403	+ 7.1	276,388	+ 8.0

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 1. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Terre-Neuve

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	357,292	+ 5.3	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	302,328	+ 17.8	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	26,222	+ 3.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
102,375	+ 4.1	-	-	102,375	+ 4.1	Grands magasins	4
x	x	x	x	102,712	+ 5.2	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	80,607	+ 10.6	Magasins généraux	6
x	x	x	x	45,466	+ 3.9	Bazars	7
x	x	x	x	457,817	+ 2.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	8,412	- 10.5	8,412	- 10.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	250,603	+ 4.4	Stations-service	10
-	-	17,677	+ 20.2	17,677	+ 20.2	Garages	11
-	-	59,333	+ 7.4	59,333	+ 7.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	7,195	+ 14.0	Magasins de vêtements pour hommes	13
27,312	+ 15.7	2,783	+ 20.2	30,095	+ 16.1	Magasins de vêtements pour dames	14
39,201	- 3.7	16,668	+ 11.9	55,869	+ 0.4	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	27,610*	...	27,610*	...	Quincailleries	18
x	x	x	x	19,155	+ 0.2	Magasins de meubles	19
-	-	x	x	x	x	Magasins d'appareils ménagers	20
33,408	+ 17.7	2,144	+ 13.8	35,552	+ 17.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
24,306	+ 29.4	131,673	+ 10.7	155,979	+ 13.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	4,835	+ 18.5	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	x	x	Fleuristes	24
5,907	+ 17.4	3,206*		9,113*	+ 24.0	Bijouteries	25
x	x	x	x	15,201	+ 7.5	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
6,324	+ 14.6	5,791	+ 16.6	12,115	+ 15.6	Magasins d'accessoires personnels	27
75,263	+ 5.4	98,746	+ 15.0	174,008	+ 10.7	Tous les autres magasins	28
902,582	+ 5.7	1,472,265	+ 9.2	2,374,848	+ 7.8	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 2. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Prince Edward Island

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	9,087	+ 5.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	2,858	+ 13.7
3	All other food stores	x	x	x	x	407	+ 13.2
4	Department stores	6,859	- 3.0	-	-	6,859	- 3.0
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	-	-	1,729	+ 6.6	1,729	+ 6.6
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	12,888	+ 8.4	12,888	+ 8.4
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	x	x	x	x	4,884	+ 31.6
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	1,856	+ 3.0
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	354	- 8.8	608	+ 28.0	962	+ 11.4
15	Family clothing stores	x	x	x	x	918	+ 25.1
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	964	+ 13.0	964	+ 13.0
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	354	+ 8.0	354	+ 8.0
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	3,664	- 11.9
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	666	+ 15.5
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	829	- 10.9
28	All other stores	x	x	x	x	8,364	+ 7.6
29	All stores	21,300	+ 2.4	41,120	+ 9.3	62,420	+ 6.8

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 2. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Île-du-Prince-Édouard

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	77,240	+ 1.9	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	25,923	+ 12.5	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	3,528	+ 4.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
58,699	+ 1.8	-	-	58,699	+ 1.8	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	14,654	+ 15.9	14,654	+ 15.9	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	117,977	- 2.2	117,977	- 2.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	38,390	+ 29.5	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	16,700	- 0.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
3,007	- 5.1	4,950	+ 15.1	7,957	+ 6.5	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	6,343	+ 20.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	7,998	+ 20.5	7,998	+ 20.5	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	3,363	+ 13.9	3,363	+ 13.9	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	33,512	+ 8.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
x	x	x	x	5,416	+ 14.6	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	7,059	+ 9.6	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	68,765	+ 5.1	Tous les autres magasins	28
176,671	+ 3.1	357,652	+ 6.2	534,323	+ 5.1	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 3. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Nova Scotia

September - 1989 - Septembre

No	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	110,207	+ 8.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	18,195	+ 2.4
3	All other food stores	x	x	x	x	6,371	+ 16.7
4	Department stores	37,216	+ 2.3	-	-	37,216	+ 2.3
5	General merchandise stores	14,222	+ 3.2	2,721	+ 10.8	16,944	+ 4.4
6	General stores	-	-	6,269	+ 3.5	6,269	+ 3.5
7	Variety stores	4,329	- 5.1	385	- 0.9	4,714	- 4.7
8	Motor vehicle dealers	-	-	85,890	- 5.2	85,890	- 5.2
9	Used car dealers	-	-	3,275	- 3.6	3,275	- 3.6
10	Service stations	x	x	x	x	45,633	+ 12.8
11	Garages	-	-	1,368	- 1.0	1,368	- 1.0
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	11,164	+ 3.1
13	Men's clothing stores	2,095	+ 11.3	2,439*	...	4,533*	
14	Women's clothing stores	5,153	+ 1.8	3,098	+ 10.3	8,251	+ 4.8
15	Family clothing stores	2,636	+ 9.5	3,114	+ 8.4	5,750	+ 8.9
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	650	- 5.6
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,534	+ 2.3
18	Hardware stores	-	-	5,401	+ 7.4	5,401	+ 7.4
19	Household furniture stores	x	x	x	x	3,016	+ 8.3
20	Household appliance stores	x	x	x	x	1,043	- 12.9
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	3,108	- 13.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	29,315	+ 1.7
23	Book and stationery stores	1,781	+ 1.3	1,383	- 10.2	3,164	- 4.0
24	Florists	x	x	x	x	1,335	+ 32.9
25	Jewellery stores	1,871	+ 5.0	359	+ 0.2	2,230	+ 4.2
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,622	+ 1.1
27	Personal accessories stores	1,344	+ 14.4	5,879	+ 6.0	7,223	+ 7.4
28	All other stores	30,912	+ 11.5	35,629	+ 26.9	66,541	+ 19.3
29	All stores	202,360	+ 7.0	292,603	+ 4.8	494,963	+ 5.6

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 3. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Nouvelle-Écosse

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	929,315	+ 8.5	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	153,070	+ 4.5	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	53,649	+ 23.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
287,605	+ 3.9	-	-	287,605	+ 3.9	Grands magasins	4
102,687	+ 0.7	22,321	- 1.3	125,008	+ 0.3	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	52,771	- 0.9	52,771	- 0.9	Magasins généraux	6
30,918	- 7.1	3,094	- 8.2	34,013	- 7.2	Bazars	7
-	-	868,556	- 1.8	868,556	- 1.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	31,401	+ 1.4	31,401	+ 1.4	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	384,289	- 0.6	Stations-service	10
-	-	15,312	- 8.2	15,312	- 8.2	Garages	11
x	x	x	x	94,930	+ 3.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
14,342	+ 8.6	17,060	+ 17.0	31,402	+ 13.0	Magasins de vêtements pour hommes	13
40,333	+ 5.8	23,913	- 0.1	64,246	+ 3.5	Magasins de vêtements pour dames	14
18,922	+ 13.4	23,803	+ 3.6	42,725	+ 7.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	5,290	+ 6.3	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	19,427	+ 0.8	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	44,063	+ 15.6	44,063	+ 15.6	Quincailleries	18
x	x	x	x	25,524	- 12.1	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	6,639	- 6.8	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	25,305	- 6.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	255,551	+ 10.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
15,797	+ 12.4	12,107	- 0.5	27,904	+ 6.4	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	13,321	+ 25.3	Fleuristes	24
15,743	+ 2.8	3,406	+ 12.4	19,149	+ 4.4	Bijouteries	25
x	x	x	x	28,934	+ 22.0	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
10,840	+ 16.7	45,295	+ 12.2	56,135	+ 13.0	Magasins d'accessoires personnels	27
246,534	+ 9.9	268,568	+ 18.0	515,102	+ 14.0	Tous les autres magasins	28
1,615,275	+ 5.4	2,595,361	+ 4.5	4,210,636	+ 4.9	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 4. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

New Brunswick

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	65,862	+ 7.8
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	17,552	- 3.1
3	All other food stores	x	x	x	x	5,129	+ 15.2
4	Department stores	25,121	+ 0.2	-	-	25,121	+ 0.2
5	General merchandise stores	9,456	+ 4.9	3,652	+ 8.3	13,109	+ 5.8
6	General stores	-	-	12,752	+ 7.7	12,752	+ 7.7
7	Variety stores	4,080	- 7.3	640	+ 9.7	4,719	- 5.3
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	66,580	+ 6.0
9	Used car dealers	-	-	3,488	+ 26.9	3,488	+ 26.9
10	Service stations	2,408*	...	37,485	+ 3.4	39,893*	+ 5.0
11	Garages	-	-	2,778	+ 33.2	2,778	+ 33.2
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	8,717	+ 8.8	8,717	+ 8.8
13	Men's clothing stores	1,618	+ 14.5	1,060	+ 17.1	2,679	+ 15.5
14	Women's clothing stores	4,612	+ 0.2	2,507	+ 9.3	7,119	+ 3.2
15	Family clothing stores	4,291	+ 34.6	1,757	- 8.4	6,048	+ 18.4
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	5,236	+ 5.0	5,236	+ 5.0
19	Household furniture stores	x	x	x	x	5,384	- 1.3
20	Household appliance stores	x	x	x	x	1,069	- 4.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	2,082	+ 35.4	21,307	+ 6.7	23,389	+ 8.7
23	Book and stationery stores	1,294	- 2.8	537	+ 5.2	1,831	- 0.6
24	Florists	x	x	x	x	1,060	+ 9.2
25	Jewellery stores	1,266	+ 11.6	810	+ 26.3	2,076	+ 16.9
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,487	+ 1.3
27	Personal accessories stores	962	+ 34.3	1,600	+ 7.3	2,563	+ 16.1
28	All other stores	17,508	+ 7.3	21,352	+ 0.4	38,860	+ 3.4
29	All stores	132,989	+ 6.8	238,318	+ 5.1	371,306	+ 5.7

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 4. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Nouveau-Brunswick

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	552,991	+ 3.9	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	143,675	+ 5.2	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	40,071	+ 1.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
194,155	+ 4.9	-	-	194,155	+ 4.9	Grands magasins	4
67,671	+ 3.6	29,618	+ 3.9	97,289	+ 3.7	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	105,952	+ 6.0	105,952	+ 6.0	Magasins généraux	6
30,138	- 14.0	4,111	+ 0.6	34,249	- 12.4	Bazars	7
x	x	x	x	628,067	+ 6.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	29,283	+ 11.8	29,283	+ 11.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
20,062*	...	318,816	- 0.6	338,878*	+ 1.0	Stations-service	10
-	-	27,162*	...	27,162*	...	Garages	11
-	-	74,848	+ 14.7	74,848	+ 14.7	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
11,215	+ 11.4	9,496	+ 20.9	20,711	+ 15.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
34,403	+ 3.1	20,985	+ 14.3	55,388	+ 7.1	Magasins de vêtements pour dames	14
29,759*	...	12,452	- 3.2	42,211*	+ 26.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	42,942	+ 21.3	42,942	+ 21.3	Quincailleries	18
x	x	x	x	40,748	+ 29.9	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	7,975	- 1.3	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
15,992	+ 24.1	187,055	+ 9.6	203,048	+ 10.7	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
11,607	+ 6.3	4,725	+ 16.4	16,332	+ 9.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	12,228	+ 13.9	Fleuristes	24
10,780	+ 12.3	6,417	+ 2.2	17,197	+ 8.3	Bijouteries	25
x	x	x	x	35,116	+ 20.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
7,814*	...	13,428	+ 19.6	21,242*	+ 27.5	Magasins d'accessoires personnels	27
150,988	+ 10.6	168,136	- 4.3	319,124	+ 2.2	Tous les autres magasins	28
1,070,549	+ 6.7	2,066,083	+ 5.8	3,136,632	+ 6.1	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 5. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Quebec

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	569,208	+ 5.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	264,995	+ 0.8
3	All other food stores	4,778	+ 9.7	95,736	--	100,514	+ 0.3
4	Department stores	215,757	+ 1.3	-	-	215,757	+ 1.3
5	General merchandise stores	x	x	x	x	31,626	+ 7.0
6	General stores	x	x	x	x	38,685	+ 14.4
7	Variety stores	x	x	x	x	26,862	+ 0.4
8	Motor vehicle dealers	-	-	694,796	- 1.3	694,796	- 1.3
9	Used car dealers	-	-	33,963	- 17.6	33,963	- 17.6
10	Service stations	68,384	+ 2.7	257,693	+ 3.7	326,077	+ 3.5
11	Garages	-	-	55,314	- 9.9	55,314	- 9.9
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	68,711	+ 3.6
13	Men's clothing stores	17,267	+ 4.0	17,151	- 8.8	34,418	- 2.8
14	Women's clothing stores	55,594	+ 3.9	40,492	- 3.5	96,086	+ 0.6
15	Family clothing stores	51,930	+ 14.0	33,875	+ 7.4	85,805	+ 11.3
16	Specialty shoe stores	4,971*	..	5,731	+ 21.2	10,702*	- 4.0
17	Family shoe stores	28,719	- 14.4	11,546	- 4.2	40,264	- 11.7
18	Hardware stores	x	x	x	x	61,239	+ 7.2
19	Household furniture stores	15,732	+ 19.3	43,807	- 5.9	59,539	- 0.3
20	Household appliance stores	-	-	18,046	+ 7.6	18,046	+ 7.6
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	14,886	- 1.5	32,033	- 12.9	46,920	- 9.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	35,377	- 7.4	102,049	+ 10.1	137,426	+ 5.0
23	Book and stationery stores	6,292	+ 5.8	20,180	+ 3.5	26,472	+ 4.1
24	Florists	-	-	12,082	+ 12.3	12,082	+ 12.3
25	Jewellery stores	4,546	- 5.0	9,035	- 2.0	13,582	- 3.0
26	Sporting goods and accessories stores	5,392	- 8.4	64,317	+ 15.5	69,708	+ 13.2
27	Personal accessories stores	17,086	+ 3.4	34,914	+ 6.1	52,000	+ 5.2
28	All other stores	143,261	+ 1.0	235,925	+ 9.1	379,186	+ 5.9
29	All stores	994,732	+ 1.8	2,575,252	+ 2.3	3,569,984	+ 2.2

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 5. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Québec

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	4,938,242	+ 2.1	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	2,231,573	- 1.3	Épiceries, confiseries et articles divers	2
46,000	+ 20.3	833,386	+ 1.7	879,386	+ 2.5	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,709,439	+ 2.3	-	-	1,709,439	+ 2.3	Grands magasins	4
x	x	x	x	239,698	+ 2.3	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	321,150	+ 20.1	Magasins généraux	6
x	x	x	x	208,976	- 11.1	Bazars	7
-	-	6,728,476	- 2.6	6,728,476	- 2.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	313,263	- 1.8	313,263	- 1.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
601,349	+ 6.4	2,299,104	+ 4.1	2,900,453	+ 4.5	Stations-service	10
-	-	513,035	- 6.8	513,035	- 6.8	Garages	11
x	x	x	x	596,640	+ 12.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
121,994	+ 1.5	141,367	- 3.3	263,361	- 1.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
386,829	+ 4.9	296,439	+ 3.4	683,268	+ 4.2	Magasins de vêtements pour dames	14
380,979	+ 14.5	259,853	+ 18.2	640,832	+ 16.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
49,166	+ 19.5	40,452*	...	89,618*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
238,347	- 0.7	79,377	+ 1.0	317,724	- 0.3	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	536,123	+ 6.5	Quincailleries	18
110,409	+ 10.4	377,500	- 7.0	487,909	- 3.5	Magasins de meubles	19
-	-	130,807	+ 8.3	130,807	+ 8.3	Magasins d'appareils ménagers	20
154,845	+ 16.2	301,029	- 6.6	455,874	-	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
319,618	+ 0.3	901,968	+ 13.8	1,221,586	+ 9.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
48,821	+ 7.3	152,655	+ 7.6	201,476	+ 7.6	Librairies et papeteries	23
-	-	110,793	+ 11.0	110,793	+ 11.0	Fleuristes	24
37,508	- 1.6	78,450	- 0.9	115,957	- 1.1	Bijouteries	25
47,785	+ 0.9	618,302	+ 6.8	666,087	+ 6.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
154,743	+ 13.0	294,470	+ 0.1	449,214	+ 4.2	Magasins d'accessoires personnels	27
1,184,970	+ 1.6	2,025,140	+ 10.4	3,210,110	+ 7.0	Tous les autres magasins	28
8,154,856	+ 2.1	23,006,215	+ 2.3	31,161,072	+ 2.3	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 6. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Montreal

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	262,417	+ 5.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	96,536	- 7.6
3	All other food stores	1,972	+ 16.0	50,542	- 2.8	52,514	- 2.2
4	Department stores	121,334	- 2.0	-	-	121,334	- 2.0
5	General merchandise stores	x	x	x	x	8,550	+ 16.8
6	General stores	-	-	6,772*	...	6,772*	...
7	Variety stores	x	x	x	x	8,798	+ 3.8
8	Motor vehicle dealers	-	-	300,833	- 2.4	300,833	- 2.4
9	Used car dealers	-	-	9,675	- 15.0	9,675	- 15.0
10	Service stations	34,487	+ 20.4	77,127	- 4.7	111,614	+ 1.8
11	Garages	-	-	12,385	+ 4.3	12,385	+ 4.3
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	24,737	+ 11.5
13	Men's clothing stores	12,235	+ 5.4	6,103	- 5.7	18,338	+ 1.3
14	Women's clothing stores	30,242	+ 2.6	16,823	- 6.0	47,066	- 0.6
15	Family clothing stores	27,185	+ 8.8	10,079*		37,264*	+ 16.0
16	Specialty shoe stores	3,168*	...	3,875*		7,043*	+ 24.7
17	Family shoe stores	16,065	- 9.4	6,383	- 11.9	22,448	- 10.1
18	Hardware stores	x	x	x	x	29,894	+ 9.6
19	Household furniture stores	9,777	+ 21.4	16,987	- 11.3	26,764	- 1.6
20	Household appliance stores	-	-	7,240	- 6.2	7,240	- 6.2
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	19,476	- 0.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	21,918	- 13.4	47,172	+ 15.9	69,090	+ 4.6
23	Book and stationery stores	4,011	+ 10.3	10,931	+ 5.7	14,942	+ 6.9
24	Florists	-	-	6,613	+ 25.1	6,613	+ 25.1
25	Jewellery stores	3,448	+ 5.5	4,125	+ 7.0	7,573	+ 6.3
26	Sporting goods and accessories stores	3,365	- 12.6	19,532	- 3.4	22,897	- 4.9
27	Personal accessories stores	11,455	+ 0.1	16,216	+ 24.7	27,671	+ 13.2
28	All other stores	102,079	+ 3.3	95,284	+ 8.2	197,364	+ 5.6
29	All stores	574,867	+ 1.9	1,002,981	+ 1.8	1,577,848	+ 1.8

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 6. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Montréal

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales • Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	2,279,371	+ 2.4	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	800,008	- 7.6	Épicerie, confiseries et articles divers	2
19,623	+ 5.4	433,761	- 0.5	453,384	- 0.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
947,224	- 0.5	-	-	947,224	- 0.5	Grands magasins	4
x	x	x	x	65,348	+ 15.2	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	56,717*	...	56,717*	...	Magasins généraux	6
x	x	x	x	70,708	- 4.4	Bazars	7
-	-	2,915,691	- 3.7	2,915,691	- 3.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	99,031	- 10.3	99,031	- 10.3	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
297,610	+ 18.5	710,144	- 9.5	1,007,754	- 2.7	Stations-service	10
-	-	118,888	- 13.1	118,888	- 13.1	Garages	11
x	x	x	x	209,679	+ 12.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
86,053	+ 2.1	50,249	- 10.3	136,302	- 2.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
213,763	+ 2.7	122,061	--	335,824	+ 1.7	Magasins de vêtements pour dames	14
205,494	+ 10.2	80,157*	...	285,652*	+ 18.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
35,534	+ 25.2	25,900*	...	61,434*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
127,430	- 3.9	43,823	- 1.3	171,253	- 3.3	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	260,386	+ 0.6	Quincailleries	18
69,040	+ 10.3	162,492	- 8.6	231,532	- 3.7	Magasins de meubles	19
-	-	53,495	+ 5.2	53,495	+ 5.2	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	172,815	- 2.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
195,581	- 5.4	414,118	+ 10.3	609,700	+ 4.7	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
31,044	+ 11.3	80,231	+ 9.0	111,275	+ 9.6	Librairies et papeteries	23
-	-	51,127	+ 16.0	51,127	+ 16.0	Fleuristes	24
27,452	+ 1.4	34,539	- 4.2	61,991	- 1.8	Bijouteries	25
29,449	+ 3.8	181,191	- 5.8	210,639	- 4.5	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
100,854	+ 4.0	129,369	+ 8.3	230,222	+ 6.4	Magasins d'accessoires personnels	27
838,255	+ 2.1	824,097	+ 7.5	1,662,352	+ 4.7	Tous les autres magasins	28
4,693,477	+ 1.9	8,976,326	- 0.3	13,669,803	+ 0.4	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 7. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Ontario

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	639,996	+ 4.0	307,668	+ 15.6	947,664	+ 7.5
2	Grocery confectionery and sundries stores	120,941	+ 1.7	114,532	+ 3.2	235,474	+ 2.5
3	All other food stores	13,455	- 0.2	79,826	+ 10.0	93,281	+ 8.4
4	Department stores	473,813	+ 3.8	-	-	473,813	+ 3.8
5	General merchandise stores	106,220	- 0.1	36,422	+ 20.2	142,642	+ 4.3
6	General stores	x	x	x	x	21,148	+ 8.1
7	Variety stores	20,333	+ 1.1	3,975	+ 1.2	24,308	+ 1.1
8	Motor vehicle dealers	-	-	1,170,092	+ 2.0	1,170,092	+ 2.0
9	Used car dealers	-	-	34,906	- 8.4	34,906	- 8.4
10	Service stations	156,756	+ 13.4	222,709	+ 4.0	379,465	+ 7.7
11	Garages	x	x	x	x	69,904	+ 10.3
12	Automotive parts and accessories stores	3,314	- 2.8	150,898	+ 9.8	154,212	+ 9.5
13	Men's clothing stores	42,423	+ 8.1	22,912	- 0.3	65,334	+ 5.0
14	Women's clothing stores	86,096	+ 2.7	35,993	+ 11.2	122,089	+ 5.0
15	Family clothing stores	50,160	+ 6.8	14,207	+ 0.3	64,367	+ 5.3
16	Specialty shoe stores	6,473	+ 1.3	3,924	+ 6.2	10,397	+ 3.1
17	Family shoe stores	31,294	+ 0.9	13,874	+ 8.6	45,168	+ 3.1
18	Hardware stores	x	x	x	x	55,650	+ 13.5
19	Household furniture stores	22,255	+ 15.5	56,723	+ 17.7	78,979	+ 17.1
20	Household appliance stores	6,057	+ 10.2	23,293	+ 13.9	29,350	+ 13.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	38,679	- 1.3	11,318	- 1.2	49,997	- 1.3
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	96,635	+ 7.4	164,002	+ 1.5	260,637	+ 3.6
23	Book and stationery stores	19,911	+ 11.7	14,027	+ 2.4	33,938	+ 7.7
24	Florists	919	- 9.4	21,162	+ 2.4	22,080	+ 1.9
25	Jewellery stores	19,156	+ 6.0	19,726	+ 2.5	38,882	+ 4.2
26	Sporting goods and accessories stores	27,043	+ 8.2	49,042	+ 7.6	76,085	+ 7.8
27	Personal accessories stores	44,379	+ 10.1	61,251	+ 9.6	105,630	+ 9.8
28	All other stores	398,521	+ 5.7	335,356	+ 4.3	733,877	+ 5.0
29	All stores	2,437,367	+ 4.9	3,102,002	+ 5.3	5,539,368	+ 5.1

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 7. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Ontario

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
5,391,430	+ 2.8	2,674,573	+ 15.6	8,066,003	+ 6.7	Épicerie - Boucheries	1
1,044,775	- 0.8	969,231	+ 2.7	2,014,005	+ 0.8	Épicerie, confiseries et articles divers	2
134,555	+ 9.8	681,409	+ 7.7	815,964	+ 8.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
3,711,112	+ 6.2	-	-	3,711,112	+ 6.2	Grands magasins	4
778,670	+ 3.6	303,170	+ 24.0	1,081,840	+ 8.6	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	166,211	+ 2.4	Magasins généraux	6
160,055	- 1.2	33,105	- 0.1	193,160	- 1.0	Bazars	7
-	-	11,300,252	+ 2.4	11,300,252	+ 2.4	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	331,528	+ 2.1	331,528	+ 2.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,397,114	+ 12.7	1,989,283	- 3.3	3,386,398	+ 2.6	Stations-service	10
x	x	x	x	584,725	+ 3.9	Garages	11
29,452	+ 1.5	1,349,235	+ 14.1	1,378,687	+ 13.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
295,798	+ 8.6	194,817	+ 3.2	490,615	+ 6.4	Magasins de vêtements pour hommes	13
637,583	+ 2.6	251,835	- 2.2	889,418	+ 1.2	Magasins de vêtements pour dames	14
344,821	+ 6.2	106,192	+ 2.0	451,013	+ 5.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
50,366	- 19.2	28,629	+ 4.1	78,995	- 12.0	Magasins de chaussures spécialisées	16
250,500	+ 10.7	102,512	+ 7.5	353,013	+ 9.8	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	469,629	+ 14.9	Quincailleries	18
161,725	+ 7.8	485,682	+ 14.9	647,406	+ 13.1	Magasins de meubles	19
49,891	+ 15.0	183,365	+ 1.0	233,257	+ 3.7	Magasins d'appareils ménagers	20
338,309	+ 6.4	98,204	+ 6.1	436,513	+ 6.3	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
868,997	+ 22.6	1,439,435	+ 2.9	2,308,433	+ 9.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
156,067	+ 8.3	119,588	+ 11.3	275,654	+ 9.6	Librairies et papeteries	23
10,409	- 11.9	204,659	+ 11.1	215,067	+ 9.7	Fleuristes	24
150,575	+ 3.1	170,036	+ 7.9	320,611	+ 5.6	Bijouteries	25
190,224	+ 8.3	529,821	+ 1.6	720,045	+ 3.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
372,030	+ 10.3	500,528	+ 13.0	872,558	+ 11.8	Magasins d'accessoires personnels	27
3,324,962	+ 6.3	2,853,223	+ 6.0	6,178,185	+ 6.1	Tous les autres magasins	28
19,948,085	+ 5.8	28,022,213	+ 5.0	47,970,297	+ 5.3	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 8. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Toronto

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	253,719	+ 6.0	66,677	+ 11.9	320,395	+ 7.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	32,783	+ 1.5	34,526	+ 4.7	67,309	+ 3.1
3	All other food stores	5,509	- 0.5	46,744	+ 6.1	52,253	+ 5.4
4	Department stores	185,700	--	--	--	185,700	--
5	General merchandise stores	30,132	- 1.1	7,306	- 2.0	37,438	- 1.2
6	General stores	--	--	692	+ 11.3	692	+ 11.3
7	Variety stores	3,962	- 1.0	308	- 8.0	4,270	- 1.5
8	Motor vehicle dealers	--	--	480,004	+ 1.4	480,004	+ 1.4
9	Used car dealers	--	--	9,806	- 0.6	9,806	- 0.6
10	Service stations	67,316	+ 14.3	77,895	+ 3.6	145,210	+ 8.3
11	Garages	--	--	18,024	- 0.7	18,024	- 0.7
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	43,460	+ 3.4
13	Men's clothing stores	23,176	+ 6.1	8,448	- 5.6	31,624	+ 2.6
14	Women's clothing stores	41,480	+ 2.8	16,744	+ 12.2	58,224	+ 5.4
15	Family clothing stores	26,493	+ 12.9	4,698	- 11.4	31,191	+ 8.4
16	Specialty shoe stores	4,287	+ 4.9	2,563	+ 5.6	6,851	+ 5.2
17	Family shoe stores	14,610	- 10.0	6,358	+ 7.0	20,969	- 5.4
18	Hardware stores	x	x	x	x	12,486	+ 5.0
19	Household furniture stores	15,466	+ 14.3	10,838	- 4.8	26,304	+ 5.5
20	Household appliance stores	5,051	+ 9.3	9,491	+ 22.1	14,543	+ 17.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	25,391	- 5.1
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	29,178	+ 15.6	70,577	+ 7.6	99,755	+ 9.9
23	Book and stationery stores	9,001	+ 6.4	5,410	- 12.4	14,412	- 1.4
24	Florists	412	+ 13.3	8,604	+ 10.2	9,015	+ 10.3
25	Jewellery stores	7,427	+ 4.3	10,047	+ 1.8	17,475	+ 2.8
26	Sporting goods and accessories stores	14,309	+ 14.0	8,493	+ 3.6	22,802	+ 9.9
27	Personal accessories stores	23,566	+ 11.9	32,501	+ 27.0	56,067	+ 20.2
28	All other stores	143,496	+ 5.7	141,051	+ 2.1	284,547	+ 3.9
29	All stores	963,548	+ 4.9	1,132,667	+ 3.6	2,096,215	+ 4.2

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 8. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Toronto

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
2,127,971	+ 3.4	603,077	+ 6.4	2,731,048	+ 4.0	Épiceries - Boucheries	1
281,224	- 1.6	304,622	- 7.5	585,846	- 4.8	Épiceries, confiseries et articles divers	2
52,747	+ 9.7	389,555	+ 1.8	442,302	+ 2.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,457,197	+ 2.5	-	-	1,457,197	+ 2.5	Grands magasins	4
226,401	+ 6.4	62,480	+ 11.6	288,880	+ 7.5	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	5,810	+ 8.0	5,810	+ 8.0	Magasins généraux	6
32,329	- 1.2	2,697*	...	35,025*	- 3.4	Bazars	7
-	-	4,749,623	+ 2.6	4,749,623	+ 2.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	91,280	+ 6.1	91,280	+ 6.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
605,094	+ 13.2	699,545	- 7.1	1,304,638	+ 1.3	Stations-service	10
-	-	154,440	- 12.2	154,440	- 12.2	Garages	11
x	x	x	x	394,996	+ 1.2	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
166,277	+ 8.4	77,782	- 7.6	244,058	+ 2.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
308,603	+ 2.1	115,866	- 6.6	424,470	- 0.4	Magasins de vêtements pour dames	14
174,611	+ 7.4	37,738	- 2.2	212,349	+ 5.5	Magasins de vêtements pour la famille	15
33,255	- 16.5	19,258	+ 12.4	52,513	- 7.8	Magasins de chaussures spécialisées	16
127,860	+ 7.8	48,275	+ 17.3	176,135	+ 10.2	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	107,077	+ 11.0	Quincailleries	18
116,011	+ 10.3	101,661	+ 3.8	217,671	+ 7.2	Magasins de meubles	19
41,475	+ 15.3	76,741	+ 5.9	118,216	+ 9.0	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	218,396	- 0.4	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
259,043	+ 29.3	617,064	+ 6.2	876,107	+ 12.1	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
75,550	+ 4.7	44,862	+ 0.7	120,412	+ 3.2	Librairies et papeteries	23
3,716	+ 1.5	74,795	+ 1.5	78,511	+ 1.5	Fleuristes	24
59,615	+ 4.9	83,826	+ 0.3	143,440	+ 2.1	Bijouteries	25
100,079	+ 12.5	96,982	+ 9.4	197,061	+ 11.0	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
197,278	+ 10.8	258,478	+ 26.8	455,756	+ 19.3	Magasins d'accessoires personnels	27
1,210,131	+ 7.9	1,237,594	+ 3.8	2,447,725	+ 5.8	Tous les autres magasins	28
7,885,668	+ 5.7	10,445,316	+ 2.3	18,330,984	+ 3.7	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 9. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Manitoba

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	121,616	+ 9.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	20,373	+ 3.7
3	All other food stores	799	+ 10.8	5,635	+ 19.1	6,434	+ 18.0
4	Department stores	47,432	+ 0.2	-	-	47,432	+ 0.2
5	General merchandise stores	x	x	x	x	13,746	+ 8.2
6	General stores	x	x	x	x	15,346	- 2.3
7	Variety stores	x	x	x	x	3,227	+ 6.4
8	Motor vehicle dealers	-	-	100,896	+ 3.8	100,896	+ 3.8
9	Used car dealers	-	-	4,297	+ 23.3	4,297	+ 23.3
10	Service stations	14,615	+ 12.2	34,364	+ 2.6	48,978	+ 5.3
11	Garages	-	-	3,303	+ 9.6	3,303	+ 9.6
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	10,840	+ 32.6
13	Men's clothing stores	3,486	+ 11.2	1,057	+ 9.2	4,542	+ 10.7
14	Women's clothing stores	8,280	+ 6.1	1,649	- 10.8	9,929	+ 2.9
15	Family clothing stores	6,853	+ 7.8	622	- 13.9	7,475	+ 5.6
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	574	- 6.5
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,813	+ 2.5
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,478	- 6.0
19	Household furniture stores	x	x	x	x	6,664	- 1.1
20	Household appliance stores	-	-	608	- 0.7	608	- 0.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	4,129	- 11.3	2,202	+ 5.1	6,331	- 6.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	18,590	+ 5.6
23	Book and stationery stores	2,154	+ 1.4	1,158	+ 10.4	3,312	+ 4.4
24	Florists	x	x	x	x	1,275	+ 1.6
25	Jewellery stores	1,750	+ 2.2	1,094	- 3.5	2,845	-
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	7,152	+ 10.9
27	Personal accessories stores	2,058	- 5.0	1,959	- 20.1	4,016	- 13.0
28	All other stores	22,588	+ 9.4	31,132	- 6.3	53,720	- 0.2
29	All stores	244,534	+ 6.3	286,279	+ 3.5	530,813	+ 4.7

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 9. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Manitoba

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,048,669	+ 11.3	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	185,402	+ 2.8	Épicerie, confiseries et articles divers	2
7,362	+ 3.6	46,018	+ 11.3	53,380	+ 10.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
378,706	+ 1.4	-	-	378,706	+ 1.4	Grands magasins	4
x	x	x	x	103,466	+ 8.7	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	135,732	+ 7.5	Magasins généraux	6
x	x	x	x	24,789	+ 2.1	Bazars	7
-	-	895,811	- 0.2	895,811	- 0.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	34,824	+ 21.1	34,824	+ 21.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
121,352	+ 7.3	296,508	+ 7.5	417,859	+ 7.4	Stations-service	10
-	-	31,257	+ 14.8	31,257	+ 14.8	Garages	11
x	x	x	x	85,627	+ 16.3	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
24,093	+ 5.8	8,750	+ 10.2	32,843	+ 6.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
62,091	+ 0.3	13,344	- 7.6	75,435	- 1.1	Magasins de vêtements pour dames	14
50,998	+ 1.7	6,098	- 7.7	57,097	+ 0.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	3,886*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	22,144	+ 10.1	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	44,791	+ 18.2	Quincailleries	18
x	x	x	x	54,435	+ 10.6	Magasins de meubles	19
-	-	4,977*	...	4,977*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
35,303	+ 10.3	18,045	- 20.8	53,348	- 2.6	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	163,061	+ 14.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
16,796	+ 11.7	10,121	+ 21.0	26,917	+ 15.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	12,696	- 2.4	Fleuristes	24
15,692	+ 4.3	10,839*	...	26,531*	- 9.1	Bijouteries	25
x	x	x	x	56,740	- 4.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
18,002	+ 2.8	22,174	- 13.6	40,177	- 6.9	Magasins d'accessoires personnels	27
189,821	+ 10.1	259,695	+ 1.6	449,516	+ 5.1	Tous les autres magasins	28
1,985,411	+ 6.5	2,534,705	+ 4.5	4,520,116	+ 5.4	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 10. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Winnipeg

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	87,131	+ 10.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	11,798	+ 8.5
3	All other food stores	x	x	x	x	4,727	+ 21.0
4	Department stores	43,375	+ 0.3	-	-	43,375	+ 0.3
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	-	-	x	x	x	x
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	53,281	- 3.4	53,281	- 3.4
9	Used car dealers	-	-	2,884	+ 33.0	2,884	+ 33.0
10	Service stations	x	x	x	x	29,184	- 1.0
11	Garages	-	-	1,354	+ 8.6	1,354	+ 8.6
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	6,616	+ 25.3
13	Men's clothing stores	2,625	+ 4.1	384	- 12.0	3,009	+ 1.7
14	Women's clothing stores	7,413	+ 5.8	1,105	+ 12.6	8,518	+ 6.7
15	Family clothing stores	4,447	+ 8.4	79*	...	4,526*	+ 6.7
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	574	- 6.5
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,229	+ 1.3
18	Hardware stores	x	x	x	x	1,705	- 8.0
19	Household furniture stores	x	x	x	x	4,431	- 1.8
20	Household appliance stores	-	-	267	+ 4.2	267	+ 4.2
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	4,936	- 10.4
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	11,105	+ 0.2
23	Book and stationery stores	2,006	+ 2.2	584	+ 11.8	2,590	+ 4.2
24	Florists	x	x	x	x	443	- 14.3
25	Jewellery stores	x	x	x	x	2,103	--
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,640	- 4.6
27	Personal accessories stores	1,866	+ 7.6	1,583*		3,450*	- 8.7
28	All other stores	20,010	+ 10.6	21,845	- 9.3	41,855	- 0.7
29	All stores	198,261	+ 5.9	143,181	- 1.0	341,442	+ 2.8

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 10. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Winnipeg

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	716,545	+ 7.8	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	100,348	- 4.0	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	39,605	+ 8.5	Tous les autres magasins d'aliments	3
344,451	+ 1.2	-	-	344,451	+ 1.2	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	x	x	x	x	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	499,584	- 6.8	499,584	- 6.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	22,869	+ 16.2	22,869	+ 16.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	254,280	+ 4.0	Stations-service	10
-	-	12,888	- 2.0	12,888	- 2.0	Garages	11
x	x	x	x	55,498	+ 8.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
18,761	+ 1.3	2,711	- 6.8	21,471	+ 0.2	Magasins de vêtements pour hommes	13
55,131	+ 2.0	7,696	- 7.1	62,828	+ 0.8	Magasins de vêtements pour dames	14
31,409	- 0.3	989*	...	32,398*	- 1.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	3,886*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	17,252	+ 12.6	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	16,475*	...	Quincailleries	18
x	x	x	x	38,125	+ 10.2	Magasins de meubles	19
-	-	2,236*	...	2,236*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	39,920	-	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	100,721	+ 14.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
15,561	+ 12.5	5,519	+ 35.8	21,080	+ 17.8	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	4,350	- 11.3	Fleuristes	24
x	x	x	x	18,585	- 17.0	Bijouteries	25
x	x	x	x	28,038	- 9.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
16,034	+ 12.6	18,817	- 15.2	34,851	- 4.3	Magasins d'accessoires personnels	27
168,122	+ 15.4	173,161	-	341,283	+ 7.0	Tous les autres magasins	28
1,612,302	+ 6.9	1,260,344	- 2.5	2,872,647	+ 2.5	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 11. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Saskatchewan

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	84,240	+ 6.5
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,888	+ 1.9
3	All other food stores	336	- 3.4	3,148	- 1.3	3,484	- 1.5
4	Department stores	31,577	- 1.4	-	-	31,577	- 1.4
5	General merchandise stores	10,669	- 3.7	1,180	+ 20.9	11,849	- 1.7
6	General stores	9,080	- 0.9	18,307	- 2.5	27,388	- 1.9
7	Variety stores	3,297	- 6.3	240	+ 3.4	3,537	- 5.7
8	Motor vehicle dealers	-	-	101,136	+ 7.3	101,136	+ 7.3
9	Used car dealers	-	-	3,390*	...	3,390*	...
10	Service stations	9,946*	...	32,442	+ 19.6	42,387*	+ 26.0
11	Garages	-	-	3,691	+ 23.4	3,691	+ 23.4
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	12,494	+ 2.6
13	Men's clothing stores	2,710	+ 10.4	1,486	+ 12.0	4,196	+ 11.0
14	Women's clothing stores	6,718	+ 14.5	2,632	+ 8.7	9,350	+ 12.8
15	Family clothing stores	5,295	+ 14.2	705	- 1.0	6,000	+ 12.2
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	414	+ 24.9
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,894	- 7.1
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,983	- 13.5
19	Household furniture stores	-	-	3,576	+ 8.8	3,576	+ 8.8
20	Household appliance stores	-	-	2,011	+ 4.3	2,011	+ 4.3
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	3,195	+ 1.7
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	18,089	+ 7.6
23	Book and stationery stores	1,210	- 3.7	967	+ 5.8	2,176	+ 0.2
24	Florists	x	x	x	x	1,129	- 2.3
25	Jewellery stores	1,350	+ 0.4	1,790	+ 5.3	3,140	+ 3.1
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	7,391	+ 4.9
27	Personal accessories stores	1,338	+ 11.4	2,351	+ 9.0	3,689	+ 9.8
28	All other stores	22,773	+ 3.8	41,951	+ 8.2	64,724	+ 6.6
29	All stores	186,033	+ 6.0	295,986	+ 6.7	482,019	+ 6.4

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 11. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Saskatchewan

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	701,423	--	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	168,412	+ 2.8	Épicerie, confiseries et articles divers	2
3,031	+ 0.4	28,198	- 11.8	31,229	- 10.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
253,410	- 0.9	-	-	253,410	- 0.9	Grands magasins	4
85,405	- 0.6	10,664	+ 15.2	96,069	+ 0.9	Magasins de marchandises diverses	5
77,096	- 8.6	156,144	- 6.1	233,240	- 6.9	Magasins généraux	6
26,723	- 7.2	2,076	- 15.6	28,799	- 7.9	Bazars	7
-	-	878,350	+ 2.2	878,350	+ 2.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	23,641	+ 19.5	23,641	+ 19.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
83,717*	...	293,979	+ 17.6	377,696*	+ 22.4	Stations-service	10
-	-	31,327	- 2.5	31,327	- 2.5	Garages	11
x	x	x	x	104,752	+ 11.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
18,812	+ 3.9	15,575	+ 18.6	34,387	+ 10.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
51,431	- 4.1	20,857	+ 4.2	72,288	- 1.8	Magasins de vêtements pour dames	14
40,755	+ 3.1	6,701	- 10.1	47,456	+ 1.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	2,442	+ 4.7	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	23,624	- 2.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	48,548	- 0.9	Quincailleries	18
-	-	26,087	+ 11.5	26,087	+ 11.5	Magasins de meubles	19
-	-	15,801	+ 5.7	15,801	+ 5.7	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	23,822	+ 1.3	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	160,908	+ 2.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
9,825	+ 3.5	7,200	- 4.4	17,025	-	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	12,357	- 1.0	Fleuristes	24
11,232	- 1.1	15,912	- 0.7	27,143	- 0.9	Bijouteries	25
x	x	x	x	62,082	- 4.6	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
11,265	+ 8.3	19,752	+ 4.6	31,017	+ 5.9	Magasins d'accessoires personnels	27
191,425	- 6.3	336,831	+ 3.4	528,256	- 0.3	Tous les autres magasins	28
1,524,044	+ 1.1	2,537,549	+ 2.8	4,061,593	+ 2.2	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 12. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Alberta

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	200,116	+ 10.1	40,001	+ 5.2	240,116	+ 9.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	19,601	+ 7.7	29,516	+ 2.8	49,117	+ 4.7
3	All other food stores	701	- 4.7	14,796	+ 8.1	15,497	+ 7.4
4	Department stores	126,797	+ 3.1	-	-	126,797	+ 3.1
5	General merchandise stores	16,875	+ 13.0	7,265	+ 21.9	24,141	+ 15.5
6	General stores	x	x	x	x	52,575	- 10.6
7	Variety stores	4,475	+ 8.9	443	- 4.6	4,918	+ 7.5
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	309,342	+ 6.2
9	Used car dealers	-	-	5,858*	...	5,858*	...
10	Service stations	33,846	+ 13.3	55,523	+ 16.5	89,369	+ 15.3
11	Garages	x	x	x	x	7,647	+ 0.6
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	35,441	- 0.7
13	Men's clothing stores	12,242	+ 16.3	7,626	- 5.3	19,868	+ 6.9
14	Women's clothing stores	24,801	+ 13.4	6,943	+ 12.5	31,744	+ 13.2
15	Family clothing stores	19,362	+ 5.1	4,882	+ 26.2	24,244	+ 8.8
16	Specialty shoe stores	812	- 18.1	2,511	+ 21.2	3,323	+ 8.5
17	Family shoe stores	6,853	+ 0.9	1,973	+ 8.2	8,826	+ 2.5
18	Hardware stores	x	x	x	x	13,695	+ 15.6
19	Household furniture stores	x	x	x	x	15,812	+ 22.8
20	Household appliance stores	x	x	x	x	9,431	+ 6.0
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	19,370	+ 21.4
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	20,098	+ 29.6	53,801	+ 6.4	73,899	+ 11.9
23	Book and stationery stores	5,087	- 16.0	2,629	+ 3.3	7,716	- 10.2
24	Florists	x	x	x	x	4,764	+ 2.2
25	Jewellery stores	4,926	+ 9.7	5,145*	...	10,071*	- 17.4
26	Sporting goods and accessories stores	7,677	+ 7.1	19,604	+ 6.4	27,281	+ 6.6
27	Personal accessories stores	10,530	+ 24.6	5,936	+ 9.4	16,466	+ 18.7
28	All other stores	92,901	+ 10.1	95,641	+ 20.0	188,542	+ 14.9
29	All stores	674,658	+ 6.8	761,213	+ 9.1	1,435,872	+ 8.0

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 12. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Alberta

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,643,110	+ 6.0	356,531	+ 8.7	1,999,641	+ 6.5	Épicerie - Boucheries	1
168,621	+ 4.2	253,698	+ 4.4	422,319	+ 4.3	Épicerie, confiseries et articles divers	2
6,818	+ 0.8	124,904	+ 16.5	131,722	+ 15.6	Tous les autres magasins d'aliments	3
992,867	+ 3.4	-	-	992,867	+ 3.4	Grands magasins	4
120,350	+ 8.3	56,437	+ 3.7	176,787	+ 6.8	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	499,182	- 2.5	Magasins généraux	6
34,135	+ 8.9	4,515	+ 4.6	38,650	+ 8.4	Bazars	7
x	x	x	x	2,981,344	+ 9.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	51,855*	...	51,855*	...	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
282,908	+ 3.7	464,148	+ 4.3	747,056	+ 4.1	Stations-service	10
x	x	x	x	69,720	+ 5.5	Garages	11
x	x	x	x	300,249	+ 8.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
83,128	+ 13.0	61,815	- 6.8	144,944	+ 3.5	Magasins de vêtements pour hommes	13
187,119	+ 6.4	58,597	+ 3.0	245,717	+ 5.5	Magasins de vêtements pour dames	14
142,774	+ 2.6	38,170	+ 7.1	180,943	+ 3.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
7,956	- 18.4	20,794	+ 9.8	28,750	+ 0.2	Magasins de chaussures spécialisées	16
53,795	+ 6.0	15,735	- 4.9	69,530	+ 3.3	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	121,236	+ 5.3	Quincailleries	18
x	x	x	x	114,061	+ 27.7	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	73,586	+ 1.9	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	150,787	+ 22.3	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
158,858	+ 12.2	477,775	+ 11.3	636,633	+ 11.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
41,191	- 2.2	21,995	+ 3.1	63,186	- 0.4	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	50,828	+ 9.9	Fleuristes	24
42,149	+ 10.2	48,430	- 10.1	90,580	- 1.7	Bijouteries	25
54,012	+ 15.7	195,354	+ 15.1	249,365	+ 15.2	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
85,825	+ 29.4	49,678	+ 2.6	135,504	+ 18.1	Magasins d'accessoires personnels	27
756,066	+ 7.6	789,437	+ 12.1	1,545,502	+ 9.8	Tous les autres magasins	28
5,464,926	+ 5.3	6,847,618	+ 9.5	12,312,543	+ 7.6	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 13. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

British Columbia

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	245,634	+ 10.6	103,403	+ 5.0	349,037	+ 8.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	20,544	+ 4.4	50,153	+ 5.5	70,697	+ 5.2
3	All other food stores	3,573	- 2.1	26,268	+ 12.5	29,841	+ 10.5
4	Department stores	157,575	+ 2.7	-	-	157,575	+ 2.7
5	General merchandise stores	15,274	+ 13.7	5,536	+ 6.3	20,810	+ 11.6
6	General stores	x	x	x	x	13,448	+ 8.6
7	Variety stores	5,739	+ 3.6	825	+ 33.7	6,564	+ 6.6
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	321,735	+ 8.6
9	Used car dealers	-	-	14,484	+ 4.0	14,484	+ 4.0
10	Service stations	52,570	+ 12.7	95,516	+ 26.4	148,086	+ 21.2
11	Garages	-	-	15,346	- 0.3	15,346	- 0.3
12	Automotive parts and accessories stores	9,022	+ 8.2	15,723	+ 6.7	24,745	+ 7.2
13	Men's clothing stores	8,674	+ 8.6	4,725	+ 10.7	13,399	+ 9.3
14	Women's clothing stores	21,056	+ 7.7	15,061	+ 18.5	36,116	+ 11.9
15	Family clothing stores	18,385	+ 4.0	7,691	+ 20.2	26,076	+ 8.3
16	Specialty shoe stores	1,440*	...	2,247	+ 1.9	3,688*	+ 21.9
17	Family shoe stores	6,564	+ 7.1	3,757	+ 3.4	10,322	+ 5.7
18	Hardware stores	x	x	x	x	13,448	+ 22.8
19	Household furniture stores	x	x	x	x	22,529	+ 29.0
20	Household appliance stores	298*	...	4,124	+ 18.7	4,422*	+ 14.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	14,355	+ 27.1
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	30,399	+ 8.0	45,490	+ 1.6	75,889	+ 4.1
23	Book and stationery stores	3,389	- 3.5	4,873	+ 7.3	8,262	+ 2.6
24	Florists	x	x	x	x	5,291	+ 17.9
25	Jewellery stores	4,995	+ 12.7	7,463	+ 7.4	12,458	+ 9.4
26	Sporting goods and accessories stores	8,746	+ 10.1	24,847	+ 20.6	33,593	+ 17.7
27	Personal accessories stores	9,278	+ 4.6	26,036	+ 9.4	35,314	+ 8.1
28	All other stores	109,567	+ 27.8	125,707	+ 17.6	235,274	+ 22.2
29	All stores	764,250	+ 11.2	958,555	+ 10.9	1,722,804	+ 11.0

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 13. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Colombie-Britannique

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
2,048,487	+ 6.4	867,660	+ 4.9	2,916,147	+ 6.0	Épiceries - Boucheries	1
177,920	- 4.0	431,556	+ 3.7	609,477	+ 1.3	Épiceries, confiseries et articles divers	2
34,442	- 5.2	228,684	+ 8.2	263,126	+ 6.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,230,001	+ 6.1	-	-	1,230,001	+ 6.1	Grands magasins	4
114,274	+ 8.8	49,769	+ 5.7	164,043	+ 7.8	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	104,954	+ 5.8	Magasins généraux	6
43,837	- 0.7	7,624	+ 14.8	51,461	+ 1.2	Bazars	7
x	x	x	x	3,183,182	+ 11.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	134,379	+ 22.4	134,379	+ 22.4	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
437,338	+ 8.1	758,948	+ 14.9	1,196,287	+ 12.3	Stations-service	10
-	-	139,257	+ 21.2	139,257	+ 21.2	Garages	11
83,955	+ 8.4	138,029	+ 7.1	221,984	+ 7.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
63,724	+ 6.4	40,019	+ 9.7	103,743	+ 7.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
166,338	+ 4.5	117,890	+ 21.2	284,228	+ 10.8	Magasins de vêtements pour dames	14
129,917	+ 2.0	57,140	+ 9.4	187,056	+ 4.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
10,391	+ 34.7	16,765	+ 4.3	27,155	+ 14.1	Magasins de chaussures spécialisées	16
48,589	+ 12.8	29,358	+ 8.2	77,947	+ 11.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	112,359	+ 20.2	Quincailleries	18
x	x	x	x	159,732	+ 16.4	Magasins de meubles	19
2,730	- 16.9	31,519	+ 19.8	34,249	+ 15.7	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	122,050	+ 32.2	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
279,013	+ 3.4	398,813	+ 3.7	677,826	+ 3.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
30,662	+ 4.0	42,443	+ 20.0	73,105	+ 12.7	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	53,333	+ 27.5	Fleuristes	24
39,779	+ 9.8	62,704	+ 6.4	102,483	+ 7.7	Bijouteries	25
65,520*		245,661	+ 26.7	311,181*	+ 28.6	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
75,406	+ 12.7	206,996*		282,402*	+ 29.1	Magasins d'accessoires personnels	27
885,527	+ 10.3	1,024,376	+ 16.2	1,909,903	+ 13.4	Tous les autres magasins	28
6,211,138	+ 6.9	8,521,911	+ 12.4	14,733,048	+ 10.0	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 14. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Vancouver

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	157,153	+ 9.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	40,935	+ 2.5
3	All other food stores	2,883	- 2.1	15,472	+ 16.2	18,355	+ 12.9
4	Department stores	89,991	+ 0.1	-	-	89,991	+ 0.1
5	General merchandise stores	x	x	x	x	6,129	+ 6.5
6	General stores	-	-	173	- 1.6	173	- 1.6
7	Variety stores	x	x	x	x	670*	...
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	178,800	+ 7.0
9	Used car dealers	-	-	5,513	- 3.6	5,513	- 3.6
10	Service stations	22,160	+ 6.6	28,571	+ 22.4	50,731	+ 15.0
11	Garages	-	-	7,293	- 6.5	7,293	- 6.5
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	11,743	+ 9.9
13	Men's clothing stores	6,519	+ 9.7	2,057	+ 16.9	8,576	+ 11.4
14	Women's clothing stores	13,039	+ 6.9	10,696	+ 19.9	23,735	+ 12.4
15	Family clothing stores	7,958	- 0.7	3,695	+ 26.1	11,653	+ 6.4
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	2,010	+ 27.9
17	Family shoe stores	x	x	x	x	5,774	+ 3.1
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,392	+ 28.7
19	Household furniture stores	6,751	+ 28.0	8,239	+ 26.2	14,990	+ 27.0
20	Household appliance stores	x	x	x	x	1,925	- 12.6
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	8,668	+ 8.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	39,228	- 1.1
23	Book and stationery stores	2,171	+ 9.9	1,721	+ 7.1	3,892	+ 8.7
24	Florists	x	x	x	x	2,388	+ 8.8
25	Jewellery stores	3,009	+ 8.7	4,982	+ 6.8	7,991	+ 7.5
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	17,328	+ 13.1
27	Personal accessories stores	6,925	+ 2.7	16,870	+ 6.9	23,796	+ 5.6
28	All other stores	59,276	+ 33.9	55,116	+ 15.8	114,393	+ 24.5
29	All stores	422,464	+ 10.1	435,761	+ 8.1	858,225	+ 9.0

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 14. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Vancouver

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,301,777	+ 12.2	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	358,398	--	Épicerie, confiseries et articles divers	2
28,039	- 5.7	136,999	+ 4.6	165,037	+ 2.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
703,483	+ 4.3	-	-	703,483	+ 4.3	Grands magasins	4
x	x	x	x	49,334	+ 9.5	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	1,377	+ 3.1	1,377	+ 3.1	Magasins généraux	6
x	x	x	x	5,329	+ 32.6	Bazars	7
x	x	x	x	1,792,915	+ 14.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	49,689	+ 9.9	49,689	+ 9.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
189,595	+ 1.5	256,109	+ 6.6	445,704	+ 4.4	Stations-service	10
-	-	71,688	+ 10.9	71,688	+ 10.9	Garages	11
x	x	x	x	106,462	+ 12.7	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
47,947	+ 6.4	19,608	+ 11.2	67,555	+ 7.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
103,169	+ 2.1	82,882	+ 22.1	186,050	+ 10.1	Magasins de vêtements pour dames	14
57,277	+ 1.8	28,139	+ 9.0	85,415	+ 4.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	14,407	+ 22.8	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	43,549	+ 10.3	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	37,997	+ 28.7	Quincailleries	18
42,065	+ 9.1	65,531	+ 22.0	107,595	+ 16.6	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	16,346	+ 6.9	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	80,222	+ 19.2	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	361,876	+ 1.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
19,652	+ 13.5	15,060	+ 18.4	34,712	+ 15.5	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	24,550	+ 11.3	Fleuristes	24
23,606	+ 10.3	42,636	+ 8.7	66,241	+ 9.2	Bijouteries	25
x	x	x	x	175,409*		Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
57,061	+ 13.2	132,595*	...	189,655*		Magasins d'accessoires personnels	27
488,561	+ 17.7	467,564	+ 14.9	956,125	+ 16.3	Tous les autres magasins	28
3,470,916	+ 10.2	4,027,983	+ 12.4	7,498,899	+ 11.4	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 15. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Yukon and Northwest Territories

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	-	-	7,100	+ 12.2	7,100	+ 12.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	-	-	1,559	+ 4.4	1,559	+ 4.4
3	All other food stores	-	-	351*	...	351*	...
4	Department stores	-	-	-	-	-	-
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	x	x	x	x	13,139	+ 11.1
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	4,132	- 19.8	4,132	- 19.8
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	-	-	1,843	- 14.2	1,843	- 14.2
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	578	- 8.3
13	Men's clothing stores	-	-	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	-	-	110	+ 16.0	110	+ 16.0
15	Family clothing stores	x	x	x	x	252	+ 12.0
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	-	-	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	562	- 16.6	562	- 16.6
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	-	-	1,569	+ 15.1	1,569	+ 15.1
23	Book and stationery stores	-	-	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	-	-	656	- 2.2	656	- 2.2
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	1,048	+ 23.7
28	All other stores	x	x	x	x	4,268	- 0.2
29	All stores	16,671	+ 9.8	25,157	+ 1.1	41,828	+ 4.4

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 15. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Yukon et Territoires du Nord-Ouest

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
-	-	58,957	+ 7.7	58,957	+ 7.7	Épiceries - Boucheries	1
-	-	14,085	+ 22.9	14,085	+ 22.9	Épiceries, confiseries et articles divers	2
-	-	3,179*	...	3,179*	...	Tous les autres magasins d'aliments	3
-	-	-	-	-	-	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	103,894	+ 7.9	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	36,881	- 9.7	36,881	- 9.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
-	-	17,145	+ 1.4	17,145	+ 1.4	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	4,493	- 7.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
-	-	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
-	-	808*	...	808*	...	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	2,034	- 0.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	4,721	+ 3.6	4,721	+ 3.6	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	x	x	x	x	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
-	-	13,975	+ 6.9	13,975	+ 6.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
-	-	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
-	-	6,477	+ 6.5	6,477	+ 6.5	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	8,149	+ 34.6	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	35,061	+ 5.7	Tous les autres magasins	28
129,263	+ 4.7	216,478	+ 7.2	345,741	+ 6.2	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 16. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Canada

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	1,632,880	+ 6.4	912,820	+ 9.8	2,545,700	+ 7.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	188,166	+ 5.6	547,833	+ 2.0	735,999	+ 2.9
3	All other food stores	24,437	+ 2.0	240,172	+ 6.4	264,610	+ 6.0
4	Department stores	1,135,644	+ 2.7	-	-	1,135,644	+ 2.7
5	General merchandise stores	217,784	+ 3.4	75,824	+ 14.8	293,608	+ 6.2
6	General stores	80,050	- 5.7	132,002	+ 6.8	212,052	+ 1.7
7	Variety stores	72,937	--	12,984	+ 8.8	85,921	+ 1.2
8	Motor vehicle dealers	36,860	+ 11.1	2,875,507	+ 2.2	2,912,366	+ 2.3
9	Used car dealers	-	-	104,956	- 4.9	104,956	- 4.9
10	Service stations	348,304	+ 11.7	806,033	+ 8.0	1,154,337	+ 9.1
11	Garages	x	x	x	x	161,915	+ 1.5
12	Automotive parts and accessories stores	19,436	- 3.8	315,303	+ 7.7	334,739	+ 7.0
13	Men's clothing stores	91,508	+ 8.8	59,111	- 0.2	150,620	+ 5.1
14	Women's clothing stores	216,188	+ 5.2	109,422	+ 5.8	325,610	+ 5.4
15	Family clothing stores	165,309	+ 9.4	69,263	+ 7.4	234,572	+ 8.8
16	Specialty shoe stores	14,834	- 5.2	15,383	+ 12.1	30,216	+ 2.9
17	Family shoe stores	82,604	- 4.3	34,391	+ 2.1	116,996	- 2.5
18	Hardware stores	22,741	- 1.2	146,117	+ 11.9	168,858	+ 9.9
19	Household furniture stores	54,032	+ 18.3	144,013	+ 8.3	198,045	+ 10.9
20	Household appliance stores	6,794	+ 10.5	60,043	+ 9.3	66,837	+ 9.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	91,143	+ 4.1	61,819	- 3.9	152,963	+ 0.7
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	202,018	+ 6.4	458,287	+ 4.6	660,305	+ 5.2
23	Book and stationery stores	41,509	+ 3.3	46,321	+ 3.5	87,829	+ 3.4
24	Florists	x	x	x	x	49,652	+ 6.6
25	Jewellery stores	40,773	+ 5.9	46,048	- 2.9	86,821	+ 1.0
26	Sporting goods and accessories stores	56,571	+ 6.7	174,837	+ 11.4	231,407	+ 10.2
27	Personal accessories stores	87,924	+ 9.3	142,293	+ 7.9	230,218	+ 8.4
28	All other stores	854,040	+ 8.0	940,931	+ 9.1	1,794,971	+ 8.6
29	All stores	5,786,879	+ 5.6	8,740,887	+ 5.3	14,527,766	+ 5.4

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 16. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Canada

January-September - 1989 - Janvier-Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
13,687,528	+ 3.5	7,958,393	+ 9.0	21,645,921	+ 5.5	Épicerie - Boucheries	1
1,606,423	+ 0.6	4,663,848	+ 1.6	6,270,271	+ 1.3	Épicerie, confiseries et articles divers	2
239,016	+ 9.5	2,062,440	+ 5.6	2,301,456	+ 6.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
8,918,368	+ 4.5	-	-	8,918,368	+ 4.5	Grands magasins	4
1,594,568	+ 4.0	624,481	+ 12.8	2,219,049	+ 6.3	Magasins de marchandises diverses	5
711,221	- 2.1	1,107,126	+ 7.8	1,818,347	+ 3.7	Magasins généraux	6
563,650	- 5.4	105,035	+ 0.2	668,686	- 4.5	Bazars	7
345,592	+ 1.3	27,731,120	+ 2.6	28,076,712	+ 2.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	962,130	+ 7.1	962,130	+ 7.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
3,029,794	+ 9.9	7,025,258	+ 3.2	10,055,053	+ 5.1	Stations-service	10
x	x	x	x	1,434,342	+ 2.1	Garages	11
171,999	+ 1.3	2,766,245	+ 12.6	2,938,244	+ 11.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
640,017	+ 7.4	493,625	+ 1.7	1,133,643	+ 4.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
1,596,447	+ 3.7	812,402	+ 3.8	2,408,848	+ 3.7	Magasins de vêtements pour dames	14
1,184,518	+ 8.0	529,062	+ 10.5	1,713,580	+ 8.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
125,452	- 2.6	114,130	+ 23.2	239,582	+ 8.1	Magasins de chaussures spécialisées	16
661,334	+ 5.6	252,945	+ 3.5	914,278	+ 5.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
209,759	+ 6.7	1,250,260	+ 12.3	1,460,019	+ 11.4	Quincailleries	18
371,928	+ 5.8	1,208,280	+ 8.8	1,580,207	+ 8.1	Magasins de meubles	19
55,613	+ 14.0	458,436	+ 2.7	514,049	+ 3.8	Magasins d'appareils ménagers	20
768,828	+ 12.2	552,250	+ 0.4	1,321,078	+ 6.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
1,794,377	+ 12.9	4,036,133	+ 7.7	5,830,510	+ 9.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
334,505	+ 6.5	375,370	+ 9.7	709,875	+ 8.2	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	488,039	+ 11.5	Fleuristes	24
331,189	+ 4.6	401,627	+ 2.1	732,817	+ 3.2	Bijouteries	25
412,560	+ 13.6	1,744,083	+ 7.6	2,156,643	+ 8.7	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
743,706	+ 13.2	1,171,865	+ 11.6	1,915,570	+ 12.2	Magasins d'accessoires personnels	27
7,059,320	+ 6.0	7,874,212	+ 8.9	14,933,532	+ 7.5	Tous les autres magasins	28
47,182,800	+ 5.1	78,178,049	+ 5.3	125,360,849	+ 5.2	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 17. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Newfoundland - Terre-Neuve

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	39,980	+ 12.1
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	37,698	+ 15.6
3	All other food stores	x	x	x	x	3,573	- 0.2
4	Department stores	13,777	+ 0.5	-	-	13,777	+ 0.5
5	General merchandise stores	x	x	x	x	12,419	+ 4.1
6	General stores	x	x	x	x	9,351	+ 9.6
7	Variety stores	x	x	x	x	5,921	+ 3.4
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	45,857	- 8.5
9	Used car dealers	-	-	1,051	- 0.3	1,051	- 0.3
10	Service stations	x	x	x	x	31,689	+ 11.1
11	Garages	-	-	1,973	+ 1.9	1,973	+ 1.9
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	6,265	- 0.8	6,265	- 0.8
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	763	+ 14.8
14	Women's clothing stores	3,454	+ 29.5	394*	...	3,848*	+ 32.3
15	Family clothing stores	5,005	- 3.4	1,934	+ 7.2	6,939	- 0.7
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	3,462	+ 29.6	3,462	+ 29.6
19	Household furniture stores	x	x	x	x	1,946*	
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	3,682	+ 12.2	275	+ 9.7	3,957	+ 12.0
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	2,932*		15,706	+ 9.8	18,638*	+ 13.9
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	639	+ 23.1
24	Florists	x	x	x	x	x	x
25	Jewellery stores	745	+ 6.9	423	+ 33.5	1,168	+ 15.2
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	1,749	+ 5.1
27	Personal accessories stores	861	+ 15.5	773	+ 9.4	1,634	+ 12.5
28	All other stores	9,427	+ 4.1	11,337	+ 7.4	20,764	+ 5.8
29	All stores	105,985	+ 7.1	171,240	+ 5.2	277,225	+ 5.9

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 17. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard

August - 1989 - Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	9,183	- 2.3	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	3,678	- 2.1	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	507	- 2.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
7,909	+ 1.3	-	-	7,909	+ 1.3	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	1,896	+ 0.5	1,896	+ 0.5	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	13,580	+ 4.2	13,580	+ 4.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	5,083	+ 15.4	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	1,972	+ 1.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
365	- 11.3	684*	...	1,049*	+ 16.9	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	1,100	+ 17.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	1,111	+ 17.4	1,111	+ 17.4	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	379*	...	379*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	4,108	+ 9.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
x	x	x	x	726	+ 8.7	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	1,523	+ 15.4	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	10,109	+ 6.6	Tous les autres magasins	28
23,429	+ 1.8	45,549	+ 5.7	68,978	+ 4.4	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 18. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Nova Scotia - Nouvelle-Écosse

August - 1989 - Août

No	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	106,638	+ 8.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,481	+ 5.6
3	All other food stores	x	x	x	x	6,966	+ 22.5
4	Department stores	37,331	+ 4.5	-	-	37,331	+ 4.5
5	General merchandise stores	11,215	- 1.2	2,654	+ 2.2	13,869	- 0.5
6	General stores	-	-	6,388	- 4.8	6,388	- 4.8
7	Variety stores	3,922	- 5.4	386	- 0.4	4,309	- 5.0
8	Motor vehicle dealers	-	-	85,448	- 8.0	85,448	- 8.0
9	Used car dealers	-	-	3,305	- 9.2	3,305	- 9.2
10	Service stations	x	x	x	x	49,197	+ 12.0
11	Garages	-	-	1,470	+ 4.2	1,470	+ 4.2
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	10,979	+ 2.7
13	Men's clothing stores	1,427	+ 1.8	2,052	+ 3.9	3,480	+ 3.0
14	Women's clothing stores	4,582	+ 3.6	2,681	+ 7.9	7,263	+ 5.2
15	Family clothing stores	2,915	+ 16.8	3,375	- 6.8	6,290	+ 2.7
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	552	-
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,553	+ 12.2
18	Hardware stores	-	-	5,154	+ 5.4	5,154	+ 5.4
19	Household furniture stores	x	x	x	x	3,047*	-
20	Household appliance stores	x	x	x	x	870	- 4.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	2,726	- 11.7
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	30,936	+ 7.9
23	Book and stationery stores	1,862	+ 6.5	1,493	- 7.6	3,354	- 0.2
24	Florists	x	x	x	x	1,217	+ 4.6
25	Jewellery stores	2,018	+ 6.8	531*	-	2,549*	+ 12.8
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,436	+ 6.2
27	Personal accessories stores	1,505	+ 21.1	6,489	+ 12.8	7,994	+ 14.3
28	All other stores	33,735	+ 10.5	35,168	+ 29.9	68,903	+ 19.6
29	All stores	194,545	+ 4.8	301,162	+ 5.3	495,707	+ 5.1

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 18. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

New Brunswick - Nouveau-Brunswick

August - 1989 - Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	62,668	+ 6.9	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	18,096	+ 2.6	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	5,374	+ 13.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
26,662	+ 12.4	-	-	26,662	+ 12.4	Grands magasins	4
7,252	- 0.8	3,603	- 7.3	10,856	- 3.1	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	13,431	+ 7.1	13,431	+ 7.1	Magasins généraux	6
3,974	- 9.2	596	+ 20.2	4,570	- 6.2	Bazars	7
x	x	x	x	67,536	+ 1.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	3,591	+ 15.1	3,591	+ 15.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
2,346*	...	41,613	+ 3.5	43,959*	+ 5.0	Stations-service	10
-	-	3,238*	...	3,238*	...	Garages	11
-	-	8,578	+ 8.4	8,578	+ 8.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
1,061	+ 4.2	1,069	+ 12.7	2,130	+ 8.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
4,152	+ 2.3	2,354	+ 24.6	6,506	+ 9.4	Magasins de vêtements pour dames	14
4,313*	...	1,961	+ 19.1	6,274*	+ 32.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	5,159	+ 25.4	5,159	+ 25.4	Quincailleries	18
x	x	x	x	4,584	-	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	1,080	+ 22.8	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
1,996*	...	21,599	+ 9.1	23,595*	+ 11.1	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
1,420	- 1.0	626	+ 19.1	2,046	+ 4.3	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	1,148	+ 18.4	Fleuristes	24
1,383	+ 13.0	671	+ 6.6	2,054	+ 10.8	Bijouteries	25
x	x	x	x	4,006	+ 1.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
1,025*	...	1,778	+ 12.7	2,803*	+ 25.4	Magasins d'accessoires personnels	27
18,952	+ 2.7	21,785	+ 10.5	40,737	+ 6.7	Tous les autres magasins	28
128,395	+ 5.9	246,434	+ 6.9	374,828	+ 6.5	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 19. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Quebec

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	555,540	+ 6.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	271,950	+ 2.4
3	All other food stores	4,771	+ 28.7	101,158	+ 2.3	105,929	+ 3.2
4	Department stores	210,822	+ 3.4	-	-	210,822	+ 3.4
5	General merchandise stores	x	x	x	x	25,249	- 0.9
6	General stores	x	x	x	x	42,226	+ 18.7
7	Variety stores	x	x	x	x	27,329	- 0.5
8	Motor vehicle dealers	-	-	719,043	- 0.1	719,043	- 0.1
9	Used car dealers	-	-	36,358	- 11.0	36,358	- 11.0
10	Service stations	72,009	+ 2.9	271,742	+ 3.6	343,751	+ 3.5
11	Garages	-	-	59,095	- 8.4	59,095	- 8.4
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	60,473	+ 11.8
13	Men's clothing stores	11,148	- 5.1	12,873	- 1.9	24,021	- 3.4
14	Women's clothing stores	46,094	+ 4.6	30,405	+ 3.1	76,499	+ 4.0
15	Family clothing stores	49,617	+ 17.6	29,124	+ 16.0	78,742	+ 17.0
16	Specialty shoe stores	5,666	+ 20.0	5,083*		10,749*	+ 35.5
17	Family shoe stores	32,635	+ 6.1	9,253	+ 5.7	41,889	+ 6.0
18	Hardware stores	x	x	x	x	65,009	+ 8.8
19	Household furniture stores	16,064	+ 7.9	41,627	- 12.9	57,690	- 7.9
20	Household appliance stores	-	-	15,911	+ 13.4	15,911	+ 13.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	18,597	+ 34.6	34,734	- 7.1	53,331	+ 4.1
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	36,792	+ 1.8	103,164	+ 13.6	139,956	+ 10.2
23	Book and stationery stores	6,748	+ 8.0	22,601	+ 18.7	29,349	+ 16.1
24	Florists	-	-	9,912	+ 7.6	9,912	+ 7.6
25	Jewellery stores	4,671	- 2.1	9,065	+ 0.2	13,736	- 0.6
26	Sporting goods and accessories stores	5,101	- 14.2	67,855	- 2.0	72,957	- 2.9
27	Personal accessories stores	20,873	+ 15.1	38,682	+ 15.7	59,555	+ 15.5
28	All other stores	141,898	- 1.5	233,576	+ 8.2	375,474	+ 4.3
29	All stores	974,664	+ 4.8	2,607,878	+ 3.1	3,582,542	+ 3.6

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 19. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Metropolitan Montreal - Zone métropolitaine de Montréal

August - 1989 - Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	250,388	+ 8.1	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	93,578	- 0.5	Épiceries, confiseries et articles divers	2
1,950	+ 9.3	51,184	- 3.4	53,134	- 3.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
113,458	+ 0.2	-	-	113,458	+ 0.2	Grands magasins	4
x	x	x	x	7,364	+ 15.2	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	7,180*	...	7,180*	...	Magasins généraux	6
x	x	x	x	8,937	+ 0.5	Bazars	7
-	-	312,203	- 0.3	312,203	- 0.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	10,659	- 17.2	10,659	- 17.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
34,483	+ 12.3	81,005	- 6.5	115,488	- 1.5	Stations-service	10
-	-	13,866	+ 18.7	13,866	+ 18.7	Garages	11
x	x	x	x	22,052	+ 22.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
8,254	- 3.1	5,012	- 7.7	13,265	- 4.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
25,356	+ 4.1	12,002	- 0.5	37,358	+ 2.5	Magasins de vêtements pour dames	14
25,358	+ 10.0	8,869*	...	34,227*	+ 17.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
4,157*	...	2,938*	...	7,095*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
16,891	+ 5.8	5,224	+ 10.6	22,115	+ 6.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	31,165	+ 4.8	Quincailleries	18
10,056	+ 9.1	15,309*	...	25,365*	- 19.7	Magasins de meubles	19
-	-	6,087	+ 1.1	6,087	+ 1.1	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	17,585	- 11.3	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
22,656	- 4.4	46,881	+ 14.5	69,536	+ 7.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
4,026	+ 19.5	11,174	+ 13.4	15,200	+ 14.9	Librairies et papeteries	23
-	-	4,517	+ 16.6	4,517	+ 16.6	Fleuristes	24
3,559	+ 8.6	4,063	+ 7.2	7,622	+ 7.9	Bijouteries	25
3,060	- 16.5	20,829	- 7.7	23,889	- 8.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
13,508	+ 8.1	17,059	+ 29.6	30,567	+ 19.1	Magasins d'accessoires personnels	27
100,654	+ 1.8	93,096	+ 4.1	193,750	+ 2.9	Tous les autres magasins	28
548,056	+ 3.8	999,595	+ 2.4	1,547,652	+ 2.9	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 20. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Ontario

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	590,595	+ 5.2	302,571	+ 16.1	893,166	+ 8.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	129,695	+ 5.1	117,141	- 2.0	246,836	+ 1.5
3	All other food stores	14,900	+ 10.1	78,569	+ 10.2	93,469	+ 10.2
4	Department stores	445,047	+ 7.6	-	-	445,047	+ 7.6
5	General merchandise stores	83,175	+ 7.8	37,318*	...	120,494*	+ 16.2
6	General stores	x	x	x	x	21,873	+ 6.8
7	Variety stores	19,354	+ 1.7	3,986	+ 0.8	23,340	+ 1.5
8	Motor vehicle dealers	-	-	1,153,740	- 3.9	1,153,740	- 3.9
9	Used car dealers	-	-	36,889	- 6.8	36,889	- 6.8
10	Service stations	170,002	+ 15.1	238,681	- 0.2	408,683	+ 5.6
11	Garages	x	x	x	x	71,042	+ 10.3
12	Automotive parts and accessories stores	3,020	- 3.2	154,044	+ 12.6	157,064	+ 12.2
13	Men's clothing stores	28,553	+ 9.1	19,368	+ 1.6	47,921	+ 5.9
14	Women's clothing stores	74,293	+ 7.8	27,733	+ 0.4	102,026	+ 5.7
15	Family clothing stores	42,569	+ 6.2	13,418	+ 7.2	55,987	+ 6.5
16	Specialty shoe stores	5,314*	...	2,899	+ 7.3	8,212*	- 15.7
17	Family shoe stores	28,755	+ 12.1	10,861	+ 10.6	39,616	+ 11.7
18	Hardware stores	x	x	x	x	59,981	+ 21.7
19	Household furniture stores	21,861	+ 17.7	54,677	+ 11.7	76,538	+ 13.3
20	Household appliance stores	6,376	+ 5.8	20,503	- 3.9	26,879	- 1.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	44,651	+ 2.3	11,283	+ 9.0	55,934	+ 3.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	97,821	+ 11.6	168,770	+ 8.0	266,591	+ 9.3
23	Book and stationery stores	19,162	+ 5.7	14,223	+ 6.2	33,385	+ 5.9
24	Florists	843	- 14.3	22,866	+ 14.2	23,710	+ 12.9
25	Jewellery stores	18,135	+ 4.7	21,873	+ 8.2	40,008	+ 6.6
26	Sporting goods and accessories stores	23,649	+ 3.9	59,233	- 2.4	82,882	- 0.6
27	Personal accessories stores	48,811	+ 13.0	64,530	+ 20.1	113,341	+ 16.9
28	All other stores	413,669	+ 2.8	336,484	+ 6.2	750,153	+ 4.3
29	All stores	2,341,984	+ 6.5	3,112,822	+ 3.2	5,454,807	+ 4.6

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 20. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Metropolitan Toronto - Zone métropolitaine de Toronto

August - 1989 - Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
230,901	+ 6.4	66,009	+ 6.8	296,910	+ 6.5	Épiceries - Boucheries	1
35,263	+ 4.2	35,015	- 4.7	70,277	- 0.4	Épiceries, confiseries et articles divers	2
5,618	+ 5.4	44,488	+ 3.5	50,105	+ 3.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
170,954	+ 3.5	-	-	170,954	+ 3.5	Grands magasins	4
23,811	+ 10.7	7,664	+ 23.3	31,475	+ 13.5	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	737	+ 15.7	737	+ 15.7	Magasins généraux	6
3,778	+ 0.8	289	- 14.3	4,067	- 0.4	Bazars	7
-	-	501,501	- 1.1	501,501	- 1.1	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	10,349	- 0.3	10,349	- 0.3	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
71,228	+ 13.7	77,763	- 1.9	148,991	+ 5.0	Stations-service	10
-	-	18,010	+ 12.3	18,010	+ 12.3	Garages	11
x	x	x	x	44,915	+ 0.3	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
16,341	+ 9.2	6,340	- 10.0	22,681	+ 3.0	Magasins de vêtements pour hommes	13
34,234	+ 5.1	12,432	- 4.2	46,666	+ 2.4	Magasins de vêtements pour dames	14
20,814	+ 10.8	4,454	- 6.1	25,268	+ 7.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
3,457*	...	1,947	+ 7.0	5,404*	- 15.8	Magasins de chaussures spécialisées	16
14,380	+ 11.7	4,399	+ 12.7	18,779	+ 11.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	12,750	+ 17.4	Quincailleries	18
15,576	+ 18.3	11,673	+ 11.1	27,249	+ 15.1	Magasins de meubles	19
5,323	+ 3.7	8,629	+ 1.7	13,952	+ 2.5	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	28,333	- 1.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
28,878	+ 18.5	70,792	+ 15.3	99,670	+ 16.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
9,387	+ 9.4	4,648	- 15.1	14,035	- 0.1	Librairies et papeteries	23
370	+ 5.8	7,526	+ 5.4	7,896	+ 5.4	Fleuristes	24
7,107	+ 4.5	10,810	+ 12.8	17,917	+ 9.3	Bijouteries	25
12,133	+ 5.5	9,546	- 5.8	21,680	+ 0.2	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
24,656	+ 12.2	31,815	+ 33.9	56,471	+ 23.5	Magasins d'accessoires personnels	27
147,772	+ 4.5	138,210	+ 5.5	285,982	+ 5.0	Tous les autres magasins	28
911,590	+ 6.5	1,141,433	+ 2.4	2,053,023	+ 4.2	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 21. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Manitoba

August - 1989 - Août

No	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	111,891	+ 7.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	22,245	+ 5.3
3	All other food stores	817	+ 4.2	5,521	+ 11.5	6,338	+ 10.5
4	Department stores	46,156	+ 4.9	-	-	46,156	+ 4.9
5	General merchandise stores	x	x	x	x	11,761	+ 9.5
6	General stores	x	x	x	x	14,778	+ 1.8
7	Variety stores	x	x	x	x	3,202	+ 4.8
8	Motor vehicle dealers	-	-	88,365	- 7.3	88,365	- 7.3
9	Used car dealers	-	-	4,022	+ 25.7	4,022	+ 25.7
10	Service stations	15,141	+ 14.0	34,559	+ 2.7	49,699	+ 5.9
11	Garages	-	-	3,515	+ 20.8	3,515	+ 20.8
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	10,527	+ 20.1
13	Men's clothing stores	2,245	- 3.2	827	- 0.6	3,072	- 2.5
14	Women's clothing stores	7,297	+ 1.2	1,373	- 15.3	8,670	- 1.7
15	Family clothing stores	6,646	+ 1.8	455*	..	7,101*	- 1.7
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	475	- 8.5
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,763	+ 16.1
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,707	+ 11.0
19	Household furniture stores	x	x	x	x	6,845	+ 10.5
20	Household appliance stores	-	-	587	- 0.7	587	- 0.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	5,084	+ 4.4	2,216	- 4.5	7,300	+ 1.5
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	19,513	+ 11.5
23	Book and stationery stores	1,920	+ 10.4	1,207	+ 5.6	3,127	+ 8.5
24	Florists	x	x	x	x	1,211	+ 1.1
25	Jewellery stores	1,791	+ 3.4	1,148*	..	2,939*	- 8.4
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	6,284	- 11.9
27	Personal accessories stores	2,353	- 0.5	2,363*	..	4,716*	- 16.4
28	All other stores	22,960	+ 12.5	32,412	+ 7.2	55,372	+ 9.3
29	All stores	231,266	+ 8.4	275,916	+ 0.2	507,182	+ 3.7

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 21. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Metropolitan Winnipeg - Zone métropolitaine de Winnipeg

August - 1989 - Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	77,863	+ 8.9	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	12,226	+ 4.4	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	4,647	+ 14.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
41,768	+ 4.8	-	-	41,768	+ 4.8	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	x	x	x	x	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	52,516	- 7.7	52,516	- 7.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	2,793	+ 30.9	2,793	+ 30.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	29,173	+ 1.3	Stations-service	10
-	-	1,533	+ 16.6	1,533	+ 16.6	Garages	11
x	x	x	x	6,222	--	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
1,719	- 11.1	198*	...	1,917*	- 16.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
6,422	+ 0.6	787	- 10.1	7,208	- 0.6	Magasins de vêtements pour dames	14
4,030	+ 0.3	100*	...	4,130*	- 0.7	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	475	- 6.7	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	2,128	+ 16.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	1,717	+ 27.7	Quincailleries	18
x	x	x	x	5,018	+ 19.7	Magasins de meubles	19
-	-	268	- 2.9	268	- 2.9	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	5,521	- 3.3	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	11,256	+ 5.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
1,767	+ 9.9	638	+ 7.4	2,406	+ 9.2	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	398	- 14.1	Fleuristes	24
x	x	x	x	2,071	- 11.7	Bijouteries	25
x	x	x	x	3,224	- 15.5	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
2,121	+ 10.1	1,946*		4,067*	- 13.6	Magasins d'accessoires personnels	27
20,219	+ 14.1	21,297	- 1.7	41,516	+ 5.3	Tous les autres magasins	28
186,176	+ 7.6	140,431	- 2.7	326,607	+ 2.8	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 22. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Saskatchewan

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	78,315	+ 6.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	20,723	+ 9.0
3	All other food stores	324	- 4.0	3,188	- 0.5	3,512	- 0.8
4	Department stores	32,138	+ 4.3	-	-	32,138	+ 4.3
5	General merchandise stores	9,122	- 7.1	1,331*	...	10,454*	- 3.0
6	General stores	9,304	- 8.2	16,467	- 11.9	25,771	- 10.6
7	Variety stores	3,436	- 0.7	296	- 15.3	3,731	- 2.0
8	Motor vehicle dealers	-	-	92,269	- 4.0	92,269	- 4.0
9	Used car dealers	-	-	2,671	- 4.3	2,671	- 4.3
10	Service stations	10,170*	...	35,877	+ 17.0	46,047*	+ 22.1
11	Garages	-	-	3,480	+ 15.0	3,480	+ 15.0
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	12,466	+ 13.2
13	Men's clothing stores	1,884	+ 6.3	1,516*	...	3,400*	+ 20.2
14	Women's clothing stores	6,216	+ 12.5	2,299	+ 25.3	8,515	+ 15.7
15	Family clothing stores	5,127	+ 0.5	776	+ 8.7	5,902	+ 1.5
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	265	+ 8.6
17	Family shoe stores	x	x	x	x	3,066	+ 12.0
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,922	- 6.7
19	Household furniture stores	-	-	3,300	+ 23.8	3,300	+ 23.8
20	Household appliance stores	-	-	1,933	+ 2.5	1,933	+ 2.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	2,924	+ 3.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	18,850	+ 9.0
23	Book and stationery stores	1,192	- 1.6	928	+ 28.7	2,120	+ 9.7
24	Florists	x	x	x	x	1,159	- 5.0
25	Jewellery stores	1,333	+ 10.7	1,701	- 8.3	3,035	- 0.8
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	7,609	+ 7.9
27	Personal accessories stores	1,503	+ 14.0	2,181	- 7.1	3,684	+ 0.4
28	All other stores	23,763	- 4.3	42,648	+ 6.3	66,412	+ 2.2
29	All stores	180,678	+ 5.3	287,993	+ 2.6	468,672	+ 3.6

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 22. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Alberta

August - 1989 - Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
179,593	+ 12.0	41,845	+ 13.8	221,438	+ 12.4	Épicerie - Boucheries	1
22,845	+ 20.6	30,297	+ 2.3	53,142	+ 9.4	Épicerie, confiseries et articles divers	2
701	- 9.7	15,392	+ 23.7	16,093	+ 21.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
123,578	+ 5.1	-	-	123,578	+ 5.1	Grands magasins	4
13,189	+ 5.8	7,340	+ 26.4	20,529	+ 12.4	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	60,180	+ 3.0	Magasins généraux	6
4,239	+ 8.7	495	- 2.0	4,734	+ 7.5	Bazars	7
x	x	x	x	312,504	+ 6.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	6,145*	...	6,145*	...	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
34,054	+ 8.9	58,308	+ 11.6	92,363	+ 10.6	Stations-service	10
x	x	x	x	7,695	- 1.1	Garages	11
x	x	x	x	37,573	+ 1.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
8,608	+ 4.5	6,962	- 6.1	15,570	- 0.5	Magasins de vêtements pour hommes	13
23,111	+ 9.0	7,197	+ 13.9	30,308	+ 10.1	Magasins de vêtements pour dames	14
17,988	- 7.0	5,440	+ 11.4	23,428	- 3.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
758*	...	2,310	+ 6.2	3,068*	- 7.5	Magasins de chaussures spécialisées	16
6,902	+ 11.4	1,690	- 1.0	8,592	+ 8.7	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	14,146	+ 12.0	Quincailleries	18
x	x	x	x	15,636	+ 28.8	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	8,928	- 0.3	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	22,150	+ 29.4	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
20,169	+ 27.2	55,396	+ 12.6	75,566	+ 16.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
4,923	- 3.8	2,804	+ 2.1	7,727	- 1.7	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	4,731	+ 2.2	Fleuristes	24
5,117	+ 13.8	4,942*	...	10,060*	- 10.3	Bijouteries	25
7,351	+ 14.8	24,624	+ 15.5	31,974	+ 15.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
11,499	+ 29.6	6,509	+ 8.8	18,008	+ 21.2	Magasins d'accessoires personnels	27
96,273	+ 7.9	100,147	+ 15.6	196,420	+ 11.7	Tous les autres magasins	28
657,777	+ 8.3	784,510	+ 10.2	1,442,288	+ 9.3	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 23. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

British Columbia - Colombie-Britannique

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	230,351	+ 11.7	100,846	+ 11.2	331,197	+ 11.5
2	Grocery confectionery and sundries stores	22,130	+ 9.1	50,345	- 2.2	72,475	+ 0.9
3	All other food stores	3,679	- 10.1	27,805	+ 11.6	31,485	+ 8.5
4	Department stores	151,457	+ 9.9	-	-	151,457	+ 9.9
5	General merchandise stores	12,822	+ 9.9	6,184	+ 5.8	19,006	+ 8.5
6	General stores	x	x	x	x	13,146	+ 2.6
7	Variety stores	5,568	+ 1.5	1,246	+ 32.2	6,815	+ 6.0
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	349,750	+ 8.5
9	Used car dealers	-	-	15,155	+ 15.0	15,155	+ 15.0
10	Service stations	56,969	+ 15.8	96,595	+ 20.2	153,564	+ 18.5
11	Garages	-	-	14,875	+ 2.9	14,875	+ 2.9
12	Automotive parts and accessories stores	10,204	+ 11.3	16,766	+ 6.4	26,969	+ 8.2
13	Men's clothing stores	6,662	+ 9.4	4,877	+ 15.9	11,540	+ 12.1
14	Women's clothing stores	20,648	+ 9.9	14,840	+ 15.3	35,489	+ 12.1
15	Family clothing stores	16,509	- 5.6	8,543	+ 13.8	25,052	+ 0.2
16	Specialty shoe stores	1,339*	...	2,327	+ 5.6	3,665*	+ 25.6
17	Family shoe stores	6,257	+ 24.9	3,978	+ 1.1	10,236	+ 14.4
18	Hardware stores	x	x	x	x	13,838	+ 20.3
19	Household furniture stores	x	x	x	x	21,355	+ 24.5
20	Household appliance stores	328	- 12.8	3,813	+ 25.5	4,141	+ 21.3
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	15,299*	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	30,805	+ 8.0	46,823	+ 2.6	77,628	+ 4.7
23	Book and stationery stores	3,665	+ 0.9	5,458	+ 32.3	9,123	+ 17.6
24	Florists	x	x	x	x	5,415	+ 34.6
25	Jewellery stores	5,047	+ 13.6	7,328	- 0.7	12,375	+ 4.6
26	Sporting goods and accessories stores	7,870	+ 19.4	34,368*	...	42,237*	+ 32.9
27	Personal accessories stores	10,538	+ 14.1	28,735	+ 27.0	39,272	+ 23.3
28	All other stores	112,677	+ 11.1	133,324	+ 20.6	246,001	+ 16.1
29	All stores	745,306	+ 11.3	1,013,255	+ 12.3	1,758,560	+ 11.9

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 23. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Metropolitan Vancouver - Zone métropolitaine de Vancouver

August - 1989 - Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	143,285	+ 10.5	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	40,677	+ 5.2	Épicerie, confiseries et articles divers	2
2,932	- 11.6	16,012	+ 12.5	18,943	+ 7.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
84,062	+ 8.7	-	-	84,062	+ 8.7	Grands magasins	4
x	x	x	x	5,838	+ 9.2	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	151	+ 13.9	151	+ 13.9	Magasins généraux	6
x	x	x	x	645*	...	Bazars	7
x	x	x	x	194,319	+ 9.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	5,698	+ 3.0	5,698	+ 3.0	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
22,812	+ 9.3	28,981	+ 27.8	51,794	+ 18.9	Stations-service	10
-	-	7,079	- 1.9	7,079	- 1.9	Garages	11
x	x	x	x	13,077	+ 13.2	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
4,933	+ 8.5	2,330	+ 12.8	7,263	+ 9.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
12,441	+ 7.6	10,746	+ 14.6	23,187	+ 10.7	Magasins de vêtements pour dames	14
6,896	- 7.0	4,123	+ 25.6	11,019	+ 2.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	1,935*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	5,691	+ 16.3	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	4,327	+ 27.0	Quincailleries	18
6,298	+ 23.5	8,344	+ 34.0	14,642	+ 29.3	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	1,805	+ 3.0	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	10,060	+ 28.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	39,593	- 0.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
2,265	+ 15.5	1,743	+ 27.6	4,008	+ 20.5	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	2,560	+ 25.5	Fleuristes	24
2,956	+ 7.0	4,824	+ 2.4	7,780	+ 4.1	Bijouteries	25
x	x	x	x	22,119*		Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
7,701	+ 11.1	17,721*		25,422*		Magasins d'accessoires personnels	27
58,828	+ 10.9	59,062	+ 23.3	117,889	+ 16.8	Tous les autres magasins	28
402,246	+ 10.4	462,622	+ 13.9	864,868	+ 12.2	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 24. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Yukon and Northwest Territories - Yukon et Territoires du Nord-Ouest

August - 1989 - Août

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	-	-	7,747	+ 21.1	7,747	+ 21.1
2	Grocery confectionery and sundries stores	-	-	1,778	+ 20.0	1,778	+ 20.0
3	All other food stores	-	-	393*	...	393*	...
4	Department stores	-	-	-	-	-	-
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	x	x	x	x	12,475	+ 10.6
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	3,692	- 26.6	3,692	- 26.6
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	-	-	2,170	- 11.7	2,170	- 11.7
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	582	- 0.8
13	Men's clothing stores	-	-	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	-	-	112	+ 16.9	112	+ 16.9
15	Family clothing stores	x	x	x	x	251	- 2.8
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	-	-	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	647	+ 11.1	647	+ 11.1
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	-	-	1,529	- 0.5	1,529	- 0.5
23	Book and stationery stores	-	-	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	-	-	763	+ 9.6	763	+ 9.6
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	1,273	+ 30.1
28	All other stores	x	x	x	x	4,499	+ 8.3
29	All stores	15,936	+ 9.5	26,775	+ 5.4	42,711	+ 6.9

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 24. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Canada

August - 1989 - Août

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,513,113	+ 7.7	904,652	+ 10.3	2,417,765	+ 8.7	Épiceries - Boucheries	1
203,450	+ 9.4	564,652	+ 1.4	768,102	+ 3.4	Épiceries, confiseries et articles divers	2
25,989	+ 8.3	247,648	+ 7.9	273,637	+ 7.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,094,878	+ 6.5	-	-	1,094,878	+ 6.5	Grands magasins	4
171,090	+ 4.3	77,520	+ 22.1	248,610	+ 9.3	Magasins de marchandises diverses	5
84,484	+ 0.9	137,031	+ 7.2	221,515	+ 4.7	Magasins généraux	6
71,259	- 0.1	13,941	+ 6.6	85,200	+ 0.8	Bazars	7
36,278	- 0.9	2,895,505	- 0.8	2,931,783	- 0.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	109,561	- 1.8	109,561	- 1.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
371,020	+ 12.7	855,186	+ 5.7	1,226,206	+ 7.7	Stations-service	10
x	x	x	x	167,024	+ 2.4	Garages	11
20,960	--	312,487	+ 10.8	333,448	+ 10.0	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
62,347	+ 4.9	50,202	+ 2.2	112,549	+ 3.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
190,211	+ 7.3	90,074	+ 6.0	280,285	+ 6.9	Magasins de vêtements pour dames	14
151,738	+ 6.5	65,328	+ 11.1	217,066	+ 7.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
13,920	- 3.6	13,444	+ 20.2	27,365	+ 6.7	Magasins de chaussures spécialisées	16
83,509	+ 10.4	29,115	+ 7.2	112,624	+ 9.6	Magasins de chaussures pour la famille	17
24,164	+ 4.8	153,972	+ 15.9	178,136	+ 14.3	Quincailleries	18
52,558	+ 11.3	138,996	+ 4.4	191,554	+ 6.2	Magasins de meubles	19
7,064	+ 6.2	54,065	+ 3.3	61,130	+ 3.6	Magasins d'appareils ménagers	20
100,881	+ 13.3	64,653	+ 1.9	165,534	+ 8.6	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
204,774	+ 10.2	472,136	+ 9.7	676,910	+ 9.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
41,391	+ 4.2	50,008	+ 14.0	91,399	+ 9.3	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	49,308	+ 11.7	Fleuristes	24
40,571	+ 6.8	48,071	- 0.3	88,643	+ 2.7	Bijouteries	25
51,189	+ 7.0	203,434	+ 4.4	254,624	+ 4.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
99,241	+ 15.4	154,562	+ 17.5	253,803	+ 16.7	Magasins d'accessoires personnels	27
881,536	+ 3.9	953,306	+ 10.4	1,834,843	+ 7.2	Tous les autres magasins	28
5,599,966	+ 7.0	8,873,533	+ 4.8	14,473,500	+ 5.7	Ensemble des magasins	29

Supplementary Data

Retail Trade

Données supplémentaires

Commerce de détail

TABLE 25. Retail Trade, Seasonally Adjusted, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area¹
Canada

		1989						
		January	February	March	April	May	June ^r	July ^r
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin ^r	Juillet ^r
No.		millions of dollars - millions de dollars						
Kind of business:								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,405.7	2,382.4	2,405.8	2,417.3	2,442.4	2,455.7	2,469.5
2	Grocery confectionery and sundries stores	689.3	692.3	691.2	676.2	701.0	699.8	704.1
3	All other food stores	258.9	257.9	255.5	257.8	257.5	263.8	266.8
4	Department stores	1,107.9	1,113.6	1,118.7	1,131.3	1,159.5	1,154.8	1,141.9
5	General merchandise stores	265.2	274.7	253.0	272.4	275.0	275.5	292.0
6	General stores	204.8	207.3	199.4	205.9	203.8	209.4	211.6
7	Variety stores	84.1	84.9	82.1	82.6	85.1	84.3	82.8
8	Motor vehicle dealers	3,048.9	3,058.7	3,011.0	3,130.6	3,075.1	3,031.0	2,971.6
9	Used car dealers	108.9	108.5	100.9	105.5	103.9	105.8	101.2
10	Service stations	1,062.8	1,079.9	1,097.4	1,111.0	1,131.3	1,129.5	1,137.0
11	Garages	156.2	158.6	158.3	158.9	162.0	163.7	161.7
12	Automotive parts and accessories stores	342.0	341.4	337.4	345.3	349.5	348.8	348.2
13	Men's clothing stores	144.9	145.2	142.5	147.1	148.5	154.8	145.6
14	Women's clothing stores	280.6	280.9	279.6	286.3	291.8	295.7	294.4
15	Family clothing stores	204.4	203.9	205.9	209.7	217.0	217.6	213.0
16	Specialty shoe stores	27.9	27.8	26.5	28.6	27.4	28.8	27.6
17	Family shoe stores	112.6	110.7	106.1	109.5	114.2	115.1	116.1
18	Hardware stores	164.0	165.0	158.1	166.0	167.7	169.7	166.7
19	Household furniture stores	186.1	186.4	179.6	186.4	178.6	177.2	176.9
20	Household appliance stores	59.7	56.8	57.0	60.8	60.4	60.7	59.8
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	144.7	148.7	148.0	154.6	156.4	162.1	149.7
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	655.3	657.7	673.5	661.5	668.1	675.7	677.5
23	Book and stationery stores	86.4	90.6	90.7	87.0	89.6	92.1	90.3
24	Florists	56.1	55.1	54.8	56.2	55.4	57.3	55.8
25	Jewellery stores	101.4	102.3	102.7	102.9	102.2	103.6	101.9
26	Sporting goods and accessories stores	245.0	230.9	222.3	231.5	244.8	236.9	241.2
27	Personal accessories stores	226.3	221.2	230.9	233.5	234.5	238.7	238.5
28	All other stores	1,727.7	1,701.0	1,709.8	1,755.3	1,751.9	1,767.8	1,782.7
29	TOTAL ALL STORES	14,158.0	14,144.4	14,099.2	14,371.5	14,454.6	14,476.0	14,426.4
Regions and Selected Metropolitan Areas:								
30	Newfoundland	264.2	265.5	266.9	272.9	273.3	279.3	274.2
31	Prince Edward Island	61.1	60.2	60.6	60.8	57.2	60.8	62.3
32	Nova Scotia	485.6	480.4	485.7	480.4	479.0	483.4	488.1
33	New Brunswick	358.1	351.9	359.9	360.0	359.6	360.6	361.4
34	Québec	3,481.5	3,488.7	3,475.7	3,525.9	3,551.5	3,577.0	3,572.3
35	Ontario	5,520.9	5,499.4	5,433.4	5,581.6	5,614.4	5,514.2	5,509.7
36	Manitoba	502.1	530.3	504.7	527.8	528.2	527.8	525.2
37	Saskatchewan	459.4	461.1	464.6	467.5	468.2	450.3	476.3
38	Alberta	1,370.0	1,354.6	1,377.5	1,461.1	1,423.3	1,424.4	1,428.4
39	British Columbia	1,633.4	1,638.0	1,623.9	1,679.4	1,688.1	1,709.5	1,719.1
40	Yukon and Northwest Territories	38.9	39.1	37.2	40.1	39.5	40.7	39.3
41	Montréal	1,534.1	1,553.6	1,545.2	1,562.3	1,582.3	1,566.4	1,570.3
42	Toronto	2,117.0	2,098.6	2,058.7	2,132.8	2,162.7	2,109.4	2,119.2
43	Winnipeg	327.3	337.7	324.4	334.1	336.5	332.2	333.0
44	Vancouver	839.3	835.3	837.3	861.5	864.2	879.5	877.2

¹ Each series of Table 25 excluding the "total all stores" has been adjusted separately by dividing the unadjusted series by the appropriate combined factor in Table 27. The total all stores has been derived by the summation of the seasonally adjusted kinds of business totals

² Per cent change is calculated on data expressed in thousands of dollars

TABLEAU 25. Commerce de détail, désaisonnalisé, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine¹

Canada									
1989		1988				Per cent change ²			
						Variation procentuelle ²			
August ^r	September ^P	September	October	November	December	August/ July 1989	September/ August 1989		
Août ^r	Septembre ^P	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ Juillet 1989	Septembre/ Août 1989		No
millions of dollars – millions de dollars									
Genre de commerce:									
2,437.1	2,471.2	2,328.4	2,370.8	2,326.0	2,380.1	-1.3	+1.4	Épiceries – Boucheries	1
706.8	713.7	697.5	701.4	718.8	674.8	+0.4	+1.0	Épiceries, confiseries et articles divers	2
266.7	269.0	253.7	255.4	257.0	260.6	–	+0.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,157.4	1,140.7	1,115.0	1,121.5	1,115.0	1,129.8	+1.4	-1.4	Grands magasins	4
278.2	282.2	260.0	264.7	261.5	267.5	-4.7	+1.4	Magasins de marchandises diverses	5
209.7	206.5	204.1	210.4	207.9	201.2	-0.9	-1.5	Magasins généraux	6
85.8	84.7	86.3	86.9	89.8	85.3	+3.7	-1.3	Bazars	7
2,989.7	3,185.6	3,077.7	2,989.6	3,066.8	3,236.5	+0.6	+6.6	Concessionnaires d'automobiles	8
103.1	101.7	104.2	104.6	107.1	109.9	+1.8	-1.3	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,138.1	1,148.1	1,049.8	1,054.3	1,053.1	1,072.7	+0.1	+0.9	Stations-service	10
160.9	162.3	158.1	157.0	157.9	153.9	-0.5	+0.9	Garages	11
345.9	345.2	322.0	332.2	307.9	335.5	-0.7	-0.2	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
147.2	150.7	146.2	146.3	143.3	147.8	+1.1	+2.4	Magasins de vêtements pour hommes	13
291.7	293.4	280.9	286.6	280.5	287.7	-0.9	+0.6	Magasins de vêtements pour dames	14
211.3	216.7	202.2	207.7	202.6	209.1	-0.8	+2.5	Magasins de vêtements pour la famille	15
27.6	27.2	26.5	27.5	24.0	30.8	–	-1.7	Magasins de chaussures spécialisées	16
114.1	103.8	108.3	112.7	96.6	113.6	-1.8	-9.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
171.7	168.7	152.5	155.0	158.5	158.9	+3.0	-1.8	Quincailleries	18
180.6	184.8	168.9	165.7	179.0	177.0	+2.1	+2.3	Magasins de meubles	19
60.7	62.9	58.0	58.0	59.2	58.8	+1.5	+3.6	Magasins d'appareils ménagers	20
155.0	145.4	145.8	142.3	145.8	145.6	+3.5	-6.2	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
683.1	675.4	635.0	637.5	646.2	652.9	+0.8	-1.1	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
91.9	90.0	85.8	85.5	86.6	91.1	+1.7	-2.0	Librairies et papeteries	23
58.0	56.7	53.2	53.2	56.8	55.2	+3.9	-2.3	Fleuristes	24
102.1	103.1	102.2	103.4	101.8	103.8	+0.1	+1.0	Bijouteries	25
240.8	248.2	228.2	230.2	227.7	236.1	-0.2	+3.1	Magasins d'articles de sport et accessoires	26
240.2	237.8	216.6	220.2	233.0	227.7	+0.7	-1.0	Magasins d'accessoires personnels	27
1,764.8	1,786.3	1,653.0	1,677.2	1,654.9	1,682.9	-1.0	+1.2	Tous les autres magasins	28
14,420.1	14,662.1	13,920.3	13,958.1	13,965.2	14,286.9	–	+1.7	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines:									
268.5	281.9	263.2	259.9	260.5	272.2	-2.1	+5.0	Terre-Neuve	30
61.7	63.7	59.2	59.6	60.9	60.9	-1.0	+3.2	Île-du-Prince-Édouard	31
489.8	500.1	473.6	476.3	473.9	482.2	+0.3	+2.1	Nouvelle-Écosse	32
367.5	368.7	353.1	349.6	349.3	352.2	+1.7	+0.3	Nouveau-Brunswick	33
3,527.1	3,596.3	3,491.3	3,502.1	3,454.8	3,528.6	-1.3	+2.0	Québec	34
5,528.1	5,623.2	5,327.1	5,394.1	5,348.1	5,482.5	+0.3	+1.7	Ontario	35
513.3	527.8	503.5	500.0	508.2	504.9	-2.3	+2.8	Manitoba	36
465.2	494.0	460.7	464.9	460.3	459.7	-2.3	+6.2	Saskatchewan	37
1,431.2	1,443.0	1,337.0	1,356.7	1,365.0	1,375.0	+0.2	+0.8	Alberta	38
1,721.5	1,723.8	1,554.4	1,577.2	1,603.3	1,623.5	+0.1	+0.1	Colombie-Britannique	39
40.2	39.6	37.8	38.6	39.1	38.6	+2.5	-1.5	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
1,559.4	1,591.0	1,550.9	1,562.2	1,543.3	1,570.3	-0.7	+2.0	Montréal	41
2,142.1	2,153.8	2,061.0	2,088.3	2,041.1	2,107.9	+1.1	+0.6	Toronto	42
331.9	335.5	326.4	325.2	328.4	326.1	-0.3	+1.1	Winnipeg	43
874.4	867.9	792.7	806.1	817.8	829.8	-0.3	-0.7	Vancouver	44

¹ Chacune des séries du tableau 25 excluant "l'ensemble des magasins" a été ajustée individuellement en divisant la série brute par le facteur combiné approprié du tableau 27. Le total pour l'ensemble des magasins a été obtenu en additionnant les totaux désaisonnalisés de tous les genres de commerce.

² Les variations procentuelles sont calculées sur des données exprimées en milliers de dollars.

TABLE 26. Retail Trade, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area**Canada**

		1989						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		millions of dollars - millions de dollars						
Kind of business:								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,214.9	2,160.0	2,453.5	2,363.3	2,431.5	2,613.4	2,446.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	613.2	585.0	656.6	654.6	721.9	753.8	781.1
3	All other food stores	225.3	221.2	253.4	240.2	263.0	280.8	279.2
4	Department stores	738.4	734.0	967.3	1,022.1	1,131.6	1,130.7	963.8
5	General merchandise stores	210.6	205.0	240.4	244.9	264.4	265.5	245.9
6	General stores	169.4	166.5	188.3	192.7	216.1	232.2	219.6
7	Variety stores	52.1	55.1	70.3	72.5	83.8	86.3	77.5
8	Motor vehicle dealers	2,322.8	2,596.4	3,279.3	3,799.0	3,830.8	3,467.8	2,936.5
9	Used car dealers	82.3	87.2	110.2	119.5	124.7	120.4	103.3
10	Service stations	981.6	954.9	1,069.0	1,056.4	1,177.2	1,205.0	1,230.4
11	Garages	140.4	136.2	152.8	156.9	175.4	178.2	165.4
12	Automotive parts and accessories stores	237.9	206.2	266.3	337.9	421.3	433.4	367.1
13	Men's clothing stores	107.2	84.5	111.0	137.0	151.8	163.8	115.1
14	Women's clothing stores	216.9	186.7	249.8	285.2	301.3	298.9	264.1
15	Family clothing stores	146.5	126.7	175.7	198.0	213.4	217.1	184.6
16	Specialty shoe stores	24.8	19.0	22.0	28.7	29.8	31.5	26.3
17	Family shoe stores	81.5	64.8	87.7	110.9	121.1	118.9	99.7
18	Hardware stores	112.9	104.8	124.0	155.1	209.1	217.3	189.8
19	Household furniture stores	160.0	151.4	163.1	175.6	175.6	185.5	179.4
20	Household appliance stores	52.0	43.8	52.5	55.8	60.5	64.0	57.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	125.8	113.2	134.0	141.7	152.4	170.7	164.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	628.6	598.2	666.1	625.3	656.6	673.8	644.7
23	Book and stationery stores	74.4	75.3	80.9	69.2	75.9	80.3	74.7
24	Florists	39.9	57.4	55.9	50.9	80.9	60.4	43.7
25	Jewellery stores	64.7	66.0	71.1	77.3	92.7	99.8	85.9
26	Sporting goods and accessories stores	185.0	153.8	183.7	240.0	319.2	314.0	274.9
27	Personal accessories stores	182.7	164.9	196.9	195.9	217.7	235.9	237.6
28	All other stores	1,333.9	1,283.9	1,571.0	1,584.8	1,787.4	1,896.1	1,846.6
29	TOTAL ALL STORES	11,525.8	11,402.1	13,652.7	14,391.6	15,487.0	15,595.1	14,305.3
Regions and Selected Metropolitan Areas:								
30	Newfoundland	204.9	207.8	260.0	272.5	300.3	299.6	276.2
31	Prince Edward Island	46.1	43.8	54.7	58.5	60.3	69.6	70.0
32	Nova Scotia	390.1	378.0	469.0	477.0	502.6	514.3	489.2
33	New Brunswick	283.4	278.8	345.4	348.1	384.5	385.1	365.2
34	Québec	2,763.9	2,782.2	3,418.1	3,606.7	3,973.0	3,903.8	3,560.9
35	Ontario	4,523.2	4,418.1	5,222.8	5,516.1	5,931.3	5,979.0	5,385.5
36	Manitoba	408.9	424.4	481.1	531.2	557.7	570.1	508.6
37	Saskatchewan	377.3	370.7	439.2	467.1	492.9	493.9	469.8
38	Alberta	1,126.1	1,116.9	1,342.0	1,428.3	1,496.0	1,524.2	1,400.8
39	British Columbia	1,371.3	1,350.5	1,584.9	1,649.5	1,748.1	1,810.2	1,737.3
40	Yukon and Northwest Territories	30.7	30.9	35.4	36.7	40.4	45.3	41.7
41	Montréal	1,227.9	1,241.7	1,522.7	1,596.1	1,738.4	1,707.6	1,509.8
42	Toronto	1,783.8	1,724.3	2,020.1	2,122.2	2,259.3	2,259.3	2,012.8
43	Winnipeg	266.8	270.6	312.0	335.9	353.6	349.6	316.1
44	Vancouver	727.8	705.9	821.5	847.6	886.7	922.5	863.8

TABEAU 26. Commerce de détail, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine

Canada

1989		1988				Per cent change			
						Variation procentuelle			
August ^r	September ^p	September	October	November	December	August 1989/1988	September 1989/1988		
Août ^r	Septembre ^p	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août 1989/1988	Septembre 1989/1988		Nº
millions of dollars - millions de dollars						%	%		
Genre de commerce:									
2,417.8	2,545.7	2,364.9	2,330.8	2,246.2	2,812.6	+8.7	+7.6	Épiceries - Boucheries	1
768.1	736.0	714.9	706.5	684.0	712.5	+3.4	+2.9	Épiceries, confiseries et articles divers	2
273.6	264.6	249.6	249.7	246.5	329.7	+7.9	+6.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,094.9	1,135.6	1,106.0	1,112.8	1,444.5	2,184.8	+6.5	+2.7	Grands magasins	4
248.6	293.6	276.4	301.4	362.7	359.4	+9.3	+6.2	Magasins de marchandises diverses	5
221.5	212.1	208.4	214.2	207.3	240.4	+4.7	+1.7	Magasins généraux	6
85.2	85.9	84.9	86.3	106.0	163.8	+0.8	+1.2	Bazars	7
2,931.8	2,912.4	2,846.0	2,990.8	2,966.5	2,604.1	-0.8	+2.3	Concessionnaires d'automobiles	8
109.6	105.0	110.4	104.6	100.8	86.6	-1.8	-4.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,226.2	1,154.3	1,057.8	1,064.9	1,034.6	1,073.7	+7.7	+9.1	Stations-service	10
167.0	161.9	159.5	162.4	168.3	144.5	+2.4	+1.5	Garages	11
333.4	334.7	312.8	331.8	364.2	445.3	+10.0	+7.0	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
112.5	150.6	143.3	157.4	185.3	295.1	+3.7	+5.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
280.3	325.6	308.8	299.4	305.9	447.9	+6.9	+5.4	Magasins de vêtements pour dames	14
217.1	234.6	215.4	213.9	228.1	376.2	+7.9	+8.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
27.4	30.2	29.4	29.9	26.7	36.9	+6.7	+2.9	Magasins de chaussures spécialisées	16
112.6	117.0	120.0	127.9	121.8	164.2	+9.6	-2.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
178.1	168.9	153.5	153.9	164.1	196.1	+14.3	+9.9	Quincailleries	18
191.6	198.0	178.6	173.8	193.3	205.3	+6.2	+10.9	Magasins de meubles	19
61.1	66.8	61.1	60.4	65.1	76.4	+3.6	+9.4	Magasins d'appareils ménagers	20
165.5	153.0	151.9	147.1	156.5	177.5	+8.6	+0.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
676.9	660.3	627.5	635.0	642.2	845.4	+9.8	+5.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
91.4	87.8	84.9	79.3	97.4	186.2	+9.3	+3.4	Librairies et papeteries	23
49.3	49.7	46.6	46.0	48.0	84.0	+11.7	+6.6	Fleuristes	24
88.6	86.8	85.9	88.8	113.7	302.9	+2.7	+1.0	Bijouteries	25
254.6	231.4	209.8	177.0	187.8	320.6	+4.9	+10.2	Magasins d'articles de sport et accessoires	26
253.8	230.2	212.2	209.0	248.7	409.6	+16.7	+8.4	Magasins d'accessoires personnels	27
1,834.8	1,795.0	1,652.4	1,645.6	1,737.1	2,491.3	+7.2	+8.6	Tous les autres magasins	28
14,473.5	14,527.8	13,773.1	13,900.7	14,453.5	17,773.0	+5.7	+5.4	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines:									
277.2	276.4	255.8	254.0	274.7	343.8	+5.9	+8.0	Terre-Neuve	30
69.0	62.4	58.4	58.5	61.9	75.2	+4.4	+6.8	Île-du-Prince-Édouard	31
495.7	495.0	468.3	472.2	496.7	623.2	+5.1	+5.6	Nouvelle-Écosse	32
374.8	371.3	351.2	350.7	369.8	445.7	+6.5	+5.7	Nouveau-Brunswick	33
3,582.5	3,570.0	3,492.2	3,488.4	3,509.5	4,160.5	+3.6	+2.2	Québec	34
5,454.8	5,539.4	5,267.8	5,358.5	5,624.8	7,075.3	+4.6	+5.1	Ontario	35
507.2	530.8	506.6	508.2	536.4	641.7	+3.7	+4.7	Manitoba	36
468.7	482.0	452.6	473.3	485.3	570.1	+3.6	+6.4	Saskatchewan	37
1,442.3	1,435.9	1,329.1	1,354.1	1,426.1	1,738.4	+9.3	+8.0	Alberta	38
1,758.6	1,722.8	1,551.1	1,544.0	1,629.4	2,051.0	+11.9	+11.0	Colombie-Britannique	39
42.7	41.8	40.0	38.9	38.8	48.1	+6.9	+4.4	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
1,547.7	1,577.9	1,548.9	1,560.2	1,595.3	1,942.6	+2.9	+1.8	Montreal	41
2,053.0	2,096.2	2,010.5	2,071.0	2,172.7	2,759.4	+4.2	+4.2	Toronto	42
326.6	341.4	331.9	327.9	346.5	427.2	+2.8	+2.8	Winnipeg	43
864.9	858.2	786.6	794.0	836.9	1,066.9	+12.2	+9.0	Vancouver	44

TABLE 27. Retail Trade, MCD and Combined, Seasonal and Trading Day Factors

TABLEAU 27. Commerce de détail, MDC et coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux

Canada

		1989			
		MCD in September	August ^r	September ^p	October ¹
		MDC en Septembre	Août ^r	Septembre ^p	Octobre ¹
Combination stores (groceries and meat) – Épiceries – Boucheries	2		99.21	103.01	94.63
Grocery, confectionery and sundries stores – Épiceries, confiseries et articles divers	2		108.67	103.13	99.46
All other food stores – Tous les autres magasins d'aliments	3		102.61	98.36	96.59
Department stores – Grands magasins	3		94.60	99.55	97.39
General merchandise stores – Magasins de marchandises diverses	5		89.35	104.06	118.32
General stores – Magasins généraux	3		105.65	102.70	100.59
Variety stores – Bazars	5		99.33	101.49	96.99
Motor vehicle dealers – Concessionnaires d'automobiles	4		98.06	91.42	103.83
Used car dealers – Vendeurs d'automobiles d'occasion	3		106.28	103.16	99.01
Service stations – Stations-service	2		107.74	100.54	101.07
Garages	3		103.79	99.75	105.14
Automotive parts and accessories stores – Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	4		96.40	96.98	100.53
Men's clothing stores – Magasins de vêtements pour hommes	4		76.45	99.96	105.83
Women's clothing stores – Magasins de vêtements pour dames	3		96.10	110.96	103.97
Family clothing stores – Magasins de vêtements pour la famille	3		102.71	108.23	101.60
Specialty shoe stores – Magasins de chaussures spécialisées	4		99.05	111.22	106.47
Family shoe stores – Magasins de chaussures pour la famille	4		98.73	112.67	111.08
Hardware stores – Quincailleries	3		103.73	100.11	98.63
Household furniture stores – Magasins de meubles	4		106.07	107.17	104.65
Household appliance stores – Magasins d'appareils ménagers	4		100.67	106.27	103.92
Furniture, TV, radio and appliance stores – Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	3		106.82	105.19	101.66
Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores – Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	2		99.10	97.77	99.54
Book and stationery stores – Librairies et papeteries	3		99.45	97.56	92.17
Florists – Fleuristes	4		85.00	87.56	86.24
Jewellery stores – Bijouteries	3		86.85	84.22	84.76
Sporting goods and accessories stores – Magasins d'articles de sport et d'accessoires	3		105.73	93.23	77.13
Personal accessories stores – Magasins d'accessoires personnels	2		105.68	96.81	94.93
All other stores – Tous les autres magasins	..		103.97	100.48	..
All storesTotal – Ensemble des magasins	..		100.37	99.08	..
Regions and Selected Metropolitan Areas – Régions et certaines zones métropolitaines:					
Newfoundland – Terre-Neuve	3		103.25	98.06	97.36
Prince Edward Island – Île-du-Prince-Édouard	3		111.85	98.05	97.59
Nova Scotia – Nouvelle-Écosse	2		101.21	98.97	98.76
New Brunswick – Nouveau-Brunswick	3		102.00	100.70	99.00
Québec	3		101.57	99.27	99.46
Ontario	3		98.67	98.51	99.01
Manitoba	3		98.80	100.57	100.89
Saskatchewan	3		100.74	97.58	102.32
Alberta	2		100.77	99.51	99.09
British Columbia – Colombie-Britannique	2		102.15	99.94	97.22
Yukon and Northwest Territories – Yukon et Territoires du Nord-Ouest	3		106.12	105.53	99.59
Montréal	3		99.24	99.17	99.24
Toronto	2		95.84	97.32	98.53
Winnipeg	3		98.40	101.77	99.68
Vancouver	2		98.91	98.88	98.19

¹ Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the Appendix VI.

¹ Prévion des coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux Pour plus de détails, consulter l'Appendice VI

TABLE 28. Retail Trade, Canada, Current and Constant Dollar Estimates, 1987-1989

TABLEAU 28. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants, 1987-1989

Unadjusted					Seasonally adjusted				
Non désaisonnalisé					Désaisonnalisé				
Price index change	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1981 dollars	Year/year per cent change	Price index change	Current dollars	Month/month per cent	Constant 1981 dollars ¹	Month/month per cent
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1981	Variation en pourcentage pour l'année	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1981 ¹	Variation en pourcentage pour le mois

millions of dollars – millions de dollars

1987:

January – Janvier	128.0	10,271.7	+5.3	8,025.3	+1.8	127.8	11,900.2	-0.6	9,312.4	-0.9
February – Février	128.0	9,951.1	+7.6	7,773.8	+4.1	127.7	12,288.6	+3.3	9,625.9	+3.4
March – Mars	128.0	11,492.2	+8.3	8,977.9	+4.3	128.1	12,345.5	+0.5	9,634.0	+0.1
April – Avril	128.1	12,867.4	+10.6	10,043.6	+6.6	128.3	12,672.1	+2.6	9,876.5	+2.5
May – Mai	128.7	13,508.4	+6.4	10,495.7	+2.9	128.7	12,605.7	-0.5	9,791.2	-0.9
June – Juin	128.8	13,608.3	+15.1	10,563.6	+11.1	129.0	12,966.3	+2.9	10,052.4	+2.7
July – Juillet	130.2	13,278.5	+11.2	10,200.9	+6.9	129.9	12,833.6	-1.0	9,882.4	-1.7
August – Août	129.8	12,728.2	+7.3	9,805.1	+3.6	129.6	12,946.3	+0.9	9,985.7	+1.0
September – Septembre	129.4	12,616.2	+9.3	9,747.6	+5.6	130.0	13,026.7	+0.6	10,022.3	+0.4
October – Octobre	130.2	13,760.8	+12.7	10,570.7	+8.7	130.7	13,221.5	+1.5	10,116.5	+0.9
November – Novembre	130.7	13,380.1	+9.7	10,237.6	+6.1	130.9	13,262.1	+0.3	10,129.7	+0.1
December – Décembre	130.4	16,269.8	+12.4	12,477.6	+8.9	131.0	13,373.6	+0.8	10,211.1	+0.8
Year – Année	129.3	153,732.8	+9.8	118,919.3	+6.0

1988:

January – Janvier	131.8	11,134.0	+8.4	8,443.4	+5.2	131.3	13,266.7	-0.8	10,088.6	-1.2
February – Février	131.9	10,959.4	+10.1	8,300.5	+6.8	131.7	13,161.2	-0.8	9,982.0	-1.1
March – Mars	131.9	13,177.8	+14.7	9,985.6	+11.2	131.9	13,595.2	+3.3	10,293.8	+3.1
April – Avril	132.2	13,666.3	+6.2	10,331.6	+2.9	132.2	13,404.2	-1.4	10,120.5	-1.7
May – Mai	132.5	14,267.5	+5.6	10,761.7	+2.5	132.5	13,597.3	+1.4	10,242.6	+1.2
June – Juin	132.9	14,432.9	+6.1	10,853.0	+2.7	132.9	13,555.0	-0.3	10,182.4	-0.6
July – Juillet	133.9	13,960.8	+5.1	10,417.3	+2.1	133.5	13,748.8	+1.4	10,283.1	+1.0
August – Août	133.9	13,691.3	+7.5	10,218.9	+4.2	133.9	13,750.0	--	10,254.5	-0.3
September – Septembre	133.9	13,773.1	+9.1	10,275.9	+5.4	134.4	13,920.3	+1.2	10,342.5	+0.9
October – Octobre	133.9	13,900.7	+1.0	10,377.2	-1.8	134.4	13,958.1	+0.3	10,374.6	+0.3
November – Novembre	134.9	14,453.5	+8.0	10,711.0	+4.6	135.0	13,965.2	+0.1	10,333.0	-0.4
December – Décembre	135.1	17,773.0	+9.2	13,150.2	+5.4	135.3	14,286.9	+2.3	10,545.9	+2.1
Year – Année	133.4	165,190.3	+7.5	123,826.4	+4.1

1989:

January – Janvier	135.8	11,525.8	+3.5	8,469.3	+0.3	135.8	14,158.0	-0.9	10,426.0	-1.1
February – Février	136.8	11,402.1	+4.0	8,312.3	+0.1	136.7	14,144.4	-0.1	10,344.3	-0.8
March – Mars	137.4	13,652.7	+3.6	9,937.1	-0.5	137.3	14,099.2	-0.3	10,267.7	-0.7
April – Avril	137.9	14,391.6	+5.3	10,434.9	+1.0	138.0	14,371.5	+1.9	10,414.6	+1.4
May – Mai	139.1	15,487.0	+8.5	11,136.0	+3.5	139.2	14,454.6	+0.6	10,384.2	-0.3
June – Juin	140.0	15,595.1	+8.0	11,138.8	+2.6	139.8 ^r	14,476.0 ^r	+0.1 ^r	10,354.4 ^r	-0.3 ^r
July – Juillet	141.2	14,305.3	+2.4	10,133.3	-2.7	140.6 ^r	14,426.4 ^r	-0.3 ^r	10,260.7 ^r	-0.9 ^r
August ^r – Août ^r	141.0	14,473.5	+5.7	10,265.1	+0.5	140.8	14,420.1	--	10,242.7	-0.2
September ^P – Septembre ^P	140.7	14,527.8	+5.4	10,324.2	+0.5	141.1	14,662.1	+1.7	10,388.2	+1.4
October – Octobre										
November – Novembre										
December – Décembre										
Year – Année										

¹ Seasonally adjusted constant dollar estimates are derived by deflating with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate. For more details, see the Appendix VI and VII.

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constant s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants. Pour plus de détails, consulter l'appendice VI et VII.

TABLE 29. Retail Trade, by Kind of Business and by Kind of Business Group, Canada

		1989						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars - milliers de dollars						
	Kind of business:							
1	Combination stores (groceries and meat)	2,214,876	2,160,005	2,453,457	2,363,263	2,431,497	2,613,359	2,445,998
2	Grocery confectionery and sundries stores	613,226	584,971	656,558	654,645	721,869	753,795	781,106
3	All other food stores	225,345	221,189	253,418	240,220	263,036	280,759	279,242
4	Food group	3,053,447	2,966,165	3,363,433	3,258,128	3,416,402	3,647,913	3,506,346
5	Department stores	738,393	733,963	967,308	1,022,150	1,131,556	1,130,685	963,791
6	General merchandise stores	210,580	204,956	240,441	244,932	264,440	265,549	245,933
7	General stores	169,355	166,505	188,337	192,746	216,102	232,171	219,564
8	Variety stores	52,104	55,150	70,262	72,474	83,802	86,290	77,484
9	General merchandise group	1,170,432	1,160,574	1,466,348	1,532,302	1,695,900	1,714,695	1,506,772
10	Men's clothing stores	107,238	84,518	110,957	137,032	151,800	163,805	115,124
11	Women's clothing stores	216,873	186,729	249,843	285,155	301,316	298,912	264,126
12	Family clothing stores	146,468	126,697	175,664	197,992	213,426	217,090	184,605
13	Specialty shoe stores	24,789	19,012	21,960	28,664	29,839	31,460	26,277
14	Family shoe stores	81,531	64,782	87,723	110,913	121,088	118,873	99,750
15	All other apparel and accessories stores	110,864	91,975	108,415	111,779	110,902	123,124	108,227
16	Apparel and accessories group	687,763	573,713	754,562	871,535	928,371	953,264	798,109
17	Hardware stores	112,923	104,782	124,028	155,142	209,108	217,269	189,772
18	Household furniture stores	159,978	151,389	163,082	175,638	175,596	185,477	179,447
19	Household appliance stores	52,030	43,809	52,481	55,756	60,524	63,966	57,516
20	Furniture, T.V., radio and appliance stores	125,790	113,153	134,001	141,720	152,353	170,703	164,861
21	Appliance repair shops	31,507	29,591	32,139	33,049	37,058	38,990	38,184
22	All other home furnishings stores	381,886	352,473	415,209	403,566	418,621	438,518	423,916
23	Hardware and home furnishings	864,114	795,197	920,940	964,871	1,053,260	1,114,923	1,053,696
24	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	628,627	598,246	666,056	625,279	656,649	673,779	644,660
25	Book and stationery stores	74,418	75,255	80,924	69,192	75,891	80,284	74,683
26	Florists	39,896	57,436	55,895	50,933	80,894	60,373	43,652
27	Jewellery stores	64,731	65,957	71,059	77,264	92,691	99,761	85,890
28	Jewellery repair shops	5,230	3,069	3,366	3,377	3,734	3,879	3,160
29	Sporting goods and accessories stores	185,001	153,835	183,750	240,002	319,168	313,951	274,905
30	Personal accessories stores	182,692	164,877	196,911	195,923	217,658	235,853	237,636
31	Alcoholic beverage stores	365,553	374,937	497,968	454,324	504,909	575,173	601,155
32	All other stores	222,796	214,135	266,775	326,161	441,979	442,199	413,450
33	Other stores group	1,768,944	1,707,747	2,022,704	2,042,455	2,393,573	2,485,252	2,379,191
34	Total excluding automotive group	7,544,700	7,203,396	8,527,987	8,669,291	9,487,506	9,916,047	9,244,114
35	Motor vehicle dealers	2,322,815	2,596,431	3,279,264	3,799,035	3,830,775	3,467,759	2,936,485
36	Used car dealers	82,330	87,230	110,164	119,519	124,681	120,352	103,336
37	Service stations	981,574	954,874	1,069,010	1,056,383	1,177,194	1,205,046	1,230,430
38	Garages	140,383	136,226	152,839	156,934	175,416	178,181	165,424
39	Automotive parts and accessories stores	237,908	206,202	266,320	337,877	421,254	433,433	367,064
40	All other automotive businesses	216,082	217,725	247,094	252,535	270,200	274,264	258,495
41	Automotive group	3,981,092	4,198,688	5,124,691	5,722,283	5,999,520	5,679,035	5,016,234
42	TOTAL ALL STORES	11,525,792	11,402,084	13,652,678	14,391,574	15,487,026	15,595,082	14,305,348

TABLEAU 29. Commerce de détail par genre de commerce et par groupes de genres de commerce, Canada

1989		1988				Per cent change	Genre de commerce:	N°
August ^f	September ^P	September	October	November	December	Variation procen-tuelle		
Août ^f	Septembre ^P	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre 1989/1988		
thousands of dollars – milliers de dollars								
2,417,765	2,545,700	2,364,938	2,330,839	2,246,242	2,812,605	+ 7.6	Épiceries – Boucheries	1
768,102	735,999	714,921	706,463	683,972	712,494	+ 2.9	Épiceries, confiseries et articles divers	2
273,637	264,610	249,551	249,729	246,514	329,664	+ 6.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
3,459,504	3,546,309	3,329,410	3,287,031	3,176,728	3,854,763	+ 6.5	Groupe de l'alimentation	4
1,094,878	1,135,644	1,106,044	1,112,843	1,444,476	2,184,766	+ 2.7	Grands magasins	5
248,610	293,608	276,429	301,423	362,674	359,433	+ 6.2	Magasins de marchandises diverses	6
221,515	212,052	208,443	214,248	207,331	240,424	+ 1.7	Magasins généraux	7
85,200	85,921	84,869	86,319	105,977	163,771	+ 1.2	Bazars	8
1,650,203	1,727,225	1,675,785	1,714,833	2,120,458	2,948,394	+ 3.1	Groupe de marchandises diverses	9
112,549	150,620	143,309	157,362	185,339	295,071	+ 5.1	Magasins de vêtements pour hommes	10
280,285	325,610	308,799	299,417	305,913	447,853	+ 5.4	Magasins de vêtements pour dames	11
217,066	234,572	215,448	213,949	228,127	376,193	+ 8.8	Magasins de vêtements pour la famille	12
27,365	30,216	29,364	29,914	26,731	36,914	+ 2.9	Magasins de chaussures spécialisées	13
112,624	116,996	120,029	127,870	121,758	164,188	-2.5	Magasins de chaussures pour la famille	14
122,810	132,411	121,228	135,597	150,329	186,884	+ 9.2	Autres magasins de vêtements et accessoires	15
872,699	990,425	938,177	964,109	1,018,197	1,507,103	+ 5.6	Habillement et accessoires	16
178,136	168,858	153,550	153,906	164,143	196,082	+ 9.9	Quincailleries	17
191,554	198,045	178,551	173,796	193,298	205,259	+ 10.9	Magasins de meubles	18
61,130	66,837	61,054	60,397	65,124	76,353	+ 9.4	Magasins d'appareils ménagers	19
165,534	152,963	151,855	147,149	156,458	177,532	+ 0.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	20
40,837	37,792	34,087	31,823	32,048	37,464	+ 10.9	Réparation d'appareils électro-ménagers	21
446,211	457,728	422,641	447,769	502,968	681,921	+ 8.3	Autres articles d'ameublement	22
1,083,402	1,082,223	1,001,738	1,014,840	1,114,039	1,374,611	+ 8.0	Groupe des quincailleries, meubles et fournitures de maison	23
676,910	660,305	627,549	635,020	642,195	845,443	+ 5.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	24
91,399	87,829	84,928	79,260	97,418	186,247	+ 3.4	Librairies et papeteries	25
49,308	49,652	46,562	45,970	48,034	84,004	+ 6.6	Fleuristes	26
88,643	86,821	85,947	88,823	113,709	302,939	+ 1.0	Bijouteries	27
3,539	3,731	3,257	2,883	3,218	5,104	+ 14.5	Ateliers de réparation de bijoux	28
254,624	231,407	209,838	176,968	187,798	320,612	+ 10.2	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	29
253,803	230,218	212,226	208,955	248,728	409,588	+ 8.4	Magasins d'accessoires personnels	30
566,043	541,366	510,614	480,082	497,536	972,547	+ 6.0	Magasins de boissons alcooliques	31
388,331	369,193	316,310	313,856	317,434	396,369	+ 16.7	Tous les autres magasins	32
2,372,600	2,260,522	2,097,231	2,031,817	2,156,070	3,522,853	+ 7.8	Groupe de tous les autres magasins	33
9,438,408	9,606,704	9,042,341	9,012,630	9,585,492	13,207,724	+ 6.2	Total excluant groupe de l'automobile	34
2,931,783	2,912,366	2,845,966	2,990,793	2,966,543	2,604,056	+ 2.3	Concessionnaires d'automobiles	35
109,561	104,956	110,425	104,601	100,758	86,575	-4.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	36
1,226,206	1,154,337	1,057,779	1,064,940	1,034,617	1,073,717	+ 9.1	Stations-service	37
167,024	161,915	159,505	162,394	168,267	144,521	+ 1.5	Garages	38
333,448	334,739	312,837	331,790	364,219	445,350	+ 7.0	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	39
267,070	252,749	244,256	233,595	233,565	211,047	+ 3.5	Autres commerces dans le domaine de l'automobiles	40
5,035,092	4,921,062	4,730,768	4,888,113	4,867,969	4,565,266	+ 4.0	Groupe de l'automobile	41
14,473,500	14,527,766	13,773,109	13,900,743	14,453,461	17,772,990	+ 5.5	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	42

TABLE 30. Retail Trade, by Kind of Business Group, 1 1987-1989

Yukon

TABLEAU 30. Commerce de détail, par groupes de genres de commerce¹, 1987-1989

Yukon

	Food group	General merchandise and apparel group	Automobile dealers	Automotive group	Hardware, home furnishings and other retail stores group	Total all stores	Per cent ² change
	Groupe d'alimentation	Groupe de magasins de marchandises diverses et de magasins de vêtements	Concessionnaires d'automobiles	Groupe d'automobiles	Groupe de quincailleries, de magasins de meubles et de tous les autres magasins de détail	Total, ensemble des magasins	Variation ² procentuelle
thousands of dollars - milliers de dollars							
1987:							
January - Janvier	3,310	2,033	1,302	1,130	1,937	9,712	+ 8.3
February - Février	3,155	2,176	1,680	1,147	1,964	10,122	+ 22.3
March - Mars	3,255	2,422	1,510	1,337	2,261	10,785	+ 17.4
April - Avril	3,819	2,467	1,851	1,365	2,671	12,173	+ 21.4
May - Mai	4,038	2,864	2,323	1,874	2,837	13,936	+ 21.6
June - Juin	4,272	3,002	1,829	2,297	3,482	14,882	+ 12.4
July - Juillet	5,105	3,147	2,814	2,677	3,801	17,544	+ 14.6
August - Août	4,452	3,276	2,349	2,470	3,399	15,946	+ 11.4
September - Septembre	3,651	3,009	2,189	1,851	2,970	13,670	+ 8.0
October - Octobre	3,666	3,586	1,968	1,022	2,796	13,038	+ 2.3
November - Novembre	3,386	3,771	2,466	889	2,808	13,320	+ 16.8
December - Décembre	4,188	5,068	1,627	1,060	3,990	15,933	+ 10.2
Year - Année	46,297	36,821	23,908	19,119	34,916	161,061	+ 13.4
1988:							
January - Janvier	3,694	1,953	1,878	771	2,234	10,530	+ 8.4
February - Février	2,929	2,203	1,987	824	2,111	10,054	- 0.7
March - Mars	3,121	2,841	2,627	1,009	2,638	12,236	+ 13.5
April - Avril	3,399	2,734	3,277	873	2,392	12,675	+ 4.1
May - Mai	3,314	3,232	3,126	1,287	2,842	13,801	- 1.0
June - Juin	3,800	3,442	2,866	1,606	3,400	15,114	+ 1.6
July - Juillet	4,289	3,468	2,388	1,816	3,571	15,532	- 11.5
August - Août	3,982	3,684	3,136	1,538	3,544	15,884	- 0.4
September - Septembre	3,905	3,621	2,656	1,560	3,154	14,896	+ 9.0
October - Octobre	3,907	3,798	2,171	975	2,966	13,817	+ 6.0
November - Novembre	3,660	3,850	2,273	1,032	3,198	14,013	+ 5.2
December - Décembre	4,073	5,719	1,912	909	4,611	17,224	+ 8.1
Year - Année	44,073	40,545	30,297	14,200	36,661	165,776	+ 2.9
1989:							
January - Janvier	3,331	2,226	1,629	1,108	2,780	11,074	+ 5.2
February - Février	3,353	2,274	2,250	1,023	2,298	11,198	+ 11.4
March - Mars	3,550	2,820	2,664	898	2,736	12,668	+ 3.5
April - Avril	3,520	3,045	2,975	997	2,834	13,371	+ 5.5
May - Mai	4,057	3,543	3,157	1,428	3,318	15,503	+ 12.3
June - Juin	5,450	3,651	3,315	1,269	3,704	17,389	+ 15.1
July - Juillet	5,048	3,487	2,782	1,520	3,961	16,798	+ 8.1
August ^r - Août ^r	5,541	3,838	2,578	1,429	3,958	17,344	+ 9.2
September ^p - Septembre ^p	4,595	3,961	2,783	1,218	3,562	16,119	+ 8.2
October - Octobre							
November - Novembre							
December - Décembre							
Year - Année							

¹ For composition of kind of business groups, see page 89. - Pour la composition par groupe de genres de commerce, voir la page 89

² Percentage changes shown are over-the-year changes - Les pourcentages indiquent les variations au cours de l'année

TABLE 31. Retail Trade, by Kind of Business Group,¹ 1987-1989

Northwest Territories

TABLEAU 31. Commerce de détail, par groupes de genres de commerce¹, 1987-1989

Territoires du Nord-Ouest

	Food group	General merchandise and apparel group	Automobile dealers	Automotive group	Hardware, home furnishings and other retail stores group	Total all stores	Per cent ² change
	Groupe d'alimentation	Groupe de magasins de marchandises diverses et de magasins de vêtements	Concessionnaires d'automobiles	Groupe d'automobiles	Groupe de quincailleries, de magasins de meubles et de tous les autres magasins de détail	Total, ensemble des magasins	Variation ² procentuelle
thousands of dollars - milliers de dollars							
1987:							
January - Janvier	3,811	8,945	1,258	710	3,524	18,248	+ 3.4
February - Février	3,547	7,865	1,354	745	3,631	17,142	-1.4
March - Mars	3,765	10,635	1,514	816	3,900	20,630	-0.1
April - Avril	4,003	9,626	1,757	755	3,901	20,042	+ 1.4
May - Mai	4,696	10,820	1,666	685	4,723	22,590	+ 8.6
June - Juin	4,584	10,257	1,899	892	4,494	22,126	+ 1.2
July - Juillet	4,709	9,638	1,866	1,072	4,685	21,970	+ 9.1
August - Août	4,246	10,088	1,321	985	4,336	20,976	+ 3.2
September - Septembre	4,264	10,255	1,109	1,084	4,267	20,979	-3.9
October - Octobre	4,401	11,849	1,206	1,094	4,690	23,240	+ 5.4
November - Novembre	3,575	10,666	1,297	999	4,792	21,329	+ 4.2
December - Décembre	4,190	13,762	1,078	976	6,409	26,415	-5.1
Year - Année	49,791	124,406	17,325	10,813	53,352	255,687	+ 2.0
1988:							
January - Janvier	3,603	8,651	1,218	1,240	3,834	18,546	+ 1.6
February - Février	3,504	8,705	1,609	1,404	3,920	19,142	+ 11.7
March - Mars	3,929	11,083	1,968	1,422	4,873	23,275	+ 12.8
April - Avril	3,746	10,350	1,359	1,211	4,184	20,850	+ 4.0
May - Mai	3,932	11,845	1,879	1,405	4,534	23,595	+ 4.4
June - Juin	4,372	11,836	1,905	1,479	5,323	24,915	+ 12.6
July - Juillet	4,124	11,644	2,569	1,691	5,033	25,061	+ 14.1
August - Août	4,007	11,219	1,895	1,909	5,020	24,050	+ 14.7
September - Septembre	4,026	11,660	2,502	1,713	5,247	25,148	+ 19.9
October - Octobre	4,165	12,434	1,651	1,680	5,149	25,079	+ 7.9
November - Novembre	3,951	12,546	1,630	1,720	4,914	24,761	+ 16.1
December - Décembre	4,713	15,762	1,565	1,592	7,253	30,885	+ 16.9
Year - Année	48,072	137,735	21,750	18,466	59,284	285,307	+ 11.6
1989:							
January - Janvier	3,781	8,982	1,441	1,774	3,635	19,613	+ 5.8
February - Février	3,533	9,364	1,082	1,598	4,175	19,752	+ 3.2
March - Mars	3,842	11,172	1,389	1,724	4,631	22,758	-2.2
April - Avril	4,096	11,844	1,536	1,340	4,524	23,340	+ 11.9
May - Mai	4,502	12,795	1,249	1,549	4,796	24,891	+ 5.5
June - Juin	4,934	13,020	2,306	1,663	5,974	27,897	+ 12.0
July - Juillet	4,299	11,803	1,283	1,816	5,749	24,950	-0.4
August [†] - Août [†]	4,377	12,447	1,115	1,880	5,548	25,367	+ 5.5
September [‡] - Septembre [‡]	4,415	13,055	1,349	1,719	5,171	25,709	+ 2.2
October - Octobre							
November - Novembre							
December - Décembre							
Year - Année							

¹ For composition of kind of business groups, see page 89. - Pour la composition par groupe de genres de commerce, voir la page 89

² Percentage changes shown are over-the-year changes - Les pourcentages indiquent les variations au cours de l'année

Appendix

Appendice

Appendix I

Scope of the Survey

Of the major monthly surveys conducted by Statistics Canada, the Retail Trade Survey is one of the most important, not only because of the large number of respondents who take part in the survey each month (over 17,000), but also because of its purpose and the nature of the information it yields. While the manufacturing industry for example, provides the community with a vast array of products, it is through the trade sector that all of its products are marketed, bought and sold by the various levels of the domestic economy and finally reach the Canadian consumer. The development of modern economic theories has focused mainly on the concept of (national) demand for goods and services in an effort to understand and explain the various economic relationships that make up the economic system. Moreover, in recent decades, management of national demand for the whole economy, largely based on these theories, has become a priority in the short and medium term economic policies of governments of the industrialized countries. **The current measure of retail trade is, therefore, one of the key components used by statisticians and economists to estimate consumption levels and final consumer demand,** as shown in the national accounts and the many economic indicators derived from them.

This monthly publication contains the latest results from the survey of retail sales of goods by merchants, traders, dealers and retailers operating within Canada's borders. For the purposes of this survey, industries included in retail trade are, according to the Standard Industrial Classification,¹ those whose establishments are "primarily engaged in (...) buying commodities for resale to the general public for personal or household consumption and in providing related services". The estimates are broken down according to the **Classification by Kind of Business** (a refinement of the 1970 Standard Industrial Classification), by regions and for four metropolitan areas. These data are obtained from a statistical survey that combines both sampling and census procedures. Survey respondents are divided into two broad categories, **independent and chain stores**, on the basis of their structure, and then each category is surveyed to obtain their monthly sales (see Appendix II for more details).

¹ See Division J of the **1980 Standard Industrial Classification Manual**, Catalogue 12-501E.

Appendice I

Champ de l'enquête

Des grandes enquêtes statistiques couramment administrées par Statistique Canada, l'enquête mensuelle sur le commerce de détail est l'une des plus importantes. Non seulement en raison du nombre de répondants qui à chaque mois collaborent à l'enquête (plus de 17,000 enquêtés) mais aussi par son objet et la nature de l'information qui en découle. Car si l'activité de production par exemple, permet à la collectivité de se procurer une vaste gamme de produits, c'est toutefois grâce au commerce que cette multitude de biens est transigée et échangée sur des marchés entre les différents agents économiques pour finalement parvenir jusqu'au consommateur canadien. Or le développement des théories économiques contemporaines a largement mis l'accent sur le concept de la demande (nationale) de biens et services afin de mieux comprendre et expliquer les diverses relations économiques qui articulent le système économique. Par surcroît, la gestion de la demande nationale de toute une économie, en grande partie inspirée de ces théories, est devenue au cours des dernières décennies, l'une des priorités des grandes politiques économiques de court et moyen termes des gouvernements de pays industrialisés. **La mesure courante du commerce de détail constitue par conséquent l'une des principales composantes qui permet aux statisticiens et aux économistes d'estimer le niveau de la consommation de biens et d'évaluer la demande finale des consommateurs** telle que présentée dans les comptes nationaux et les nombreux indicateurs économiques qui en sont dérivés.

Cette publication mensuelle présente donc les plus récents résultats de l'enquête sur les ventes au détail de biens par des marchands, des commerçants, des concessionnaires ou des détaillants opérant à l'intérieur des limites du territoire canadien. Aux fins de cette enquête, les industries considérées comme appartenant au commerce de détail sont, d'après la classification type des industries¹, celles dont les établis-sements ont comme "activité principale (...) l'achat de marchandises dans le but de les revendre au public pour usage personnel ou ménager et offrent des services qui s'y rattachent." Les estimations sont ventilées suivant la **Classification par genre de commerce** (une extension plus fine de la Classification des activités économiques de 1970) de même que par région ainsi que pour quatre zones métropolitaines. Ces données sont obtenues à partir d'une enquête statistique qui est l'amalgame d'un échantillonnage et d'un recensement. Suivant leur structure, les répondants à l'enquête sont divisés en deux grandes catégories, **les magasins indépendants et à succursales** et chaque catégorie est par la suite enquêtée afin d'estimer leurs ventes mensuelles respectives (voir l'appendice II pour plus de détails).

¹ Voir la division J du manuel de la **Classification type des industries**, 1980, n° 12-501F au catalogue.

The information provided by this survey is not only important to the various levels of government but is equally valuable to businesses that regularly carry on or are involved in retail trade in some form. Market analysts in particular will find this publication to be of great interest. Other retail trade statistics (new motor vehicle sales, department store sales and stocks, merchandising inventories and so on) are also disseminated to the general public and published regularly in other monthly bulletins.² For more information on this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

² The publication entitled **Retail Trade, Historical Statistics 1972-1979** (Catalogue 63-538) not only contains historical time series, but is also a valuable source of detailed information. See the selected publications section at the back of this bulletin for other references.

L'information fournie par cette enquête est tout aussi utile aux intervenants qui, de façon ponctuelle, opèrent ou sont impliqués d'une manière ou d'une autre dans le commerce au détail qu'aux différents paliers de gouvernements. Les analystes de marché tout spécialement, seront intéressés par le contenu de cette publication. D'autres statistiques reliées au commerce de détail (les ventes de véhicules automobiles neufs, les ventes et stocks des grands magasins, les stocks commerciaux, etc...) sont également disponibles et diffusées au grand public en plus d'être régulièrement publiées dans différents bulletins mensuels². Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquêtes statistiques de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, tél: (613) 951-9656.

² La publication intitulée **Commerce de détail, statistiques historiques, 1972-1979** (n° 63-538 au catalogue) constitue une source très intéressante de renseignements détaillés en plus des séries chronologiques qui y sont présentées. Pour d'autres références, consulter la section du choix des publications à la fin du présent bulletin.

Appendix II

Definitions

"Retail Trade", for the purpose of this report, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A "retail location", as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses, which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes: retail sales through ancillary units, e.g., warehouses, head offices, etc.; sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include: trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others, proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail) and the sales and receipts of concessionaires operating within the outlet. Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes collected for remittance to a government agency are excluded.

Classification

Kind of Business¹

Estimates of retail trade are stratified by region and by kind-of-business groupings which are based on the Standard Industrial Classifications and the retail kind-of-business categories employed in the 1966 Census of Merchandising and Services. Since the monthly retail trade survey is a "location" survey, as noted above, each individual (retail) location of a firm is

¹ For a detailed definition of each kind of business, see **Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979**, Catalogue 63-538.

Appendice II

Définitions

"Commerce de détail" signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un "point de vente au détail", suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires, par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc., ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de locations de matériel de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus, les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également; la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel et les ventes et recettes des concessions exploitées dans les points de ventes. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente perçues pour le compte d'un organisme public.

Classification

Genre de commerce¹

Les estimations relatives au commerce de détail sont stratifiées par région et par groupe de genre de commerce. Ces groupes sont fondés sur la Classification des activités économiques et les catégories de genre de commerce de détail qui ont été utilisées lors du recensement du commerce et des services de 1966. Étant donné que l'enquête mensuelle du commerce de détail est axée sur les points de vente

¹ Pour une définition complète de chaque genre de commerce, consulter la publication **Commerce de détail statistiques historiques 1972-1979**, n° 63-538 au catalogue.

assigned a kind-of-business code based on its major activity (or type of commodities sold).

In this report, retail trade is stratified into 27 major kind-of-business groupings plus a miscellaneous category. In order to increase the usefulness of these statistics, the composition of each kind-of-business group is described at the end of the report.

Kind of Organization

The retail trade estimates, in addition to being stratified by kind-of-business groupings, are also broken down into chain and independent components. Firms are classified to the chain store component based on the following definition:

Chain store organization "an organization operating four or more retail outlets in the same kind of business, under the same legal ownership".

Any firm not meeting the above definition is automatically classified as an "independent" organization, the only exception being "department stores" which are classified in their entirety to the chain component.

comme on l'a indiqué ci-dessus, chaque point de vente au détail d'une entreprise se voit attribuer un code "genre de commerce" d'après son activité principale (ou le genre de marchandises vendues).

Dans la présente publication, le commerce de détail est stratifié selon 27 grands groupes de genre de commerce, outre la catégorie "Marchands divers". Pour rendre ces statistiques plus utiles, nous décrivons la composition de chaque groupe de genre de commerce à la fin de la publication.

Type d'entreprise

En plus d'être stratifiées selon le genre de commerce, les estimations relatives au commerce de détail sont ventilées entre magasins à succursales et magasins indépendants. Les entreprises qui répondent à la définition suivante sont classées dans la catégorie des magasins à succursales:

Magasins à succursales "entreprise exploitant au moins quatre points de vente au détail dans un même genre de commerce, sous une même appartenance juridique".

Toute entreprise dont le schéma de structure ne concorde pas avec la définition ci-dessus est classée automatiquement dans la catégorie des magasins indépendants, la seule exception étant les "grands magasins" qui sont portés en totalité dans la catégorie des magasins à succursales.

Appendix III

Methodology

Retail trade estimates are derived from a survey of Canadian "retail locations". Businesses are first classified to the retail sector on the basis of "census value added",² which is defined in retail trade as the difference between sales and the purchase price of the goods sold in a particular period. Companies which fall into the retail sector are then further classified to specific categories of business (using the three-digit 1960 Standard Industrial Classification code) on the basis of "major activity" – the proportion of sales accounted for by each kind of business or by each type of commodity sold.

The next step in the classification procedure is to survey those businesses selected for the sample in order to obtain information on the number and activity of locations operated. Such information is required not only to determine if individual businesses, particularly multi-location businesses, qualify for treatment as "chains" (see definition Appendix II) but also to isolate retail locations from non-retail and make possible a more precise classification of each to one of more than 90 "kinds of business", which are subsequently grouped into 28 trade groups for purposes of publication.

Because this is a location-oriented survey, the scope of coverage is extended to include retail locations operated by non-retailing businesses. When it is determined that a manufacturer (for example) operates one or more retail locations, the same treatment is given as outlined above. Retail locations can be operated by businesses whose principal activity is manufacturing, wholesaling, government, construction, etc.

The design of the survey provides the facility to revise the monthly estimates to account for late responses. Each month the publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month.

The monthly retail trade estimates contained in this report are produced by means of a sample survey using methodology which differs substantially from that used for the estimates published to the end of 1974.

² For additional information, see the **1970 Standard Industrial Classification Manual**, Catalogue 12-501E, Pages 9-11.

Appendice III

Méthodologie

Les estimations du commerce de détail sont tirées d'une enquête sur les "points de vente" au détail au Canada. Les entreprises sont d'abord classées dans le secteur du commerce de détail d'après la "valeur ajoutée recensée"², qui représente dans ce secteur, la différence entre le prix de vente et le prix d'achat des biens vendus pendant une période déterminée. Les sociétés qui appartiennent au commerce de détail sont ensuite classées dans des catégories précises d'activités (code à trois chiffres de la Classification des activités économiques de 1960) d'après la "principale activité", c'est-à-dire d'après la proportion des ventes dont rend compte chaque genre de commerce ou chaque type de marchandises vendues.

L'étape suivante du travail de classification consiste à faire un relevé des entreprises échantillonnées dans le but d'obtenir des renseignements sur le nombre de points de vente et leur activité. De tels renseignements servent non seulement à déterminer si des entreprises particulières, notamment les entreprises à points de vente multiples, peuvent être considérées comme des "magasins à succursales" (voir définition Appendix II), mais aussi à distinguer les points de vente au détail des autres types de points de vente et d'ainsi assurer un classement plus précis de chacun d'eux parmi plus de 90 genres de commerce. Subséquemment, ces genres de commerce sont agrégés en 28 groupes pour fins de publication.

L'enquête étant axée sur les points de vente, le champ d'enquête a été étendu aux points de vente au détail exploités par des entreprises autres que des magasins de détail. Lorsqu'on a établi, par exemple, qu'un fabricant exploite un ou plusieurs locaux de vente au détail, on procède de la même façon qu'indiquée ci-dessus. Des locaux de vente au détail peuvent être exploités par des entreprises dont l'activité principale est la fabrication, le commerce de gros, l'administration publique, la construction, etc.

Le système supportant l'enquête permet la révision des estimations mensuelles afin de tenir compte des réponses tardives. La publication mensuelle fournira donc des données provisoires pour le mois en cours et des données révisées pour le mois précédent.

On établit les estimations mensuelles relatives au commerce de détail que renferme la présente publication au moyen d'une enquête par sondage dont la méthodologie diffère sensiblement de celle utilisée pour les estimations qui ont paru jusqu'à la fin de 1974.

² Pour de plus amples renseignements, voir le manuel de la **Classification des activités économiques, 1970**, n° 12-501F au catalogue, pages 9-11.

The new methodology was primarily developed because, after 1969, there was no adequate source of information available to update the independent portion of the old sample to account for firms coming into existence (births) and/or going out of business (deaths). The levels established by the new sample indicate there was a downward bias in the old sample which had grown to about 4% in 1974. Even so, the monthly trends are relatively consistent between the old and new samples.

Sample

A Revenue Canada (Taxation) list, supplemented by chain and department store lists and an area file list, comprises the universe for this survey. A sample of approximately 16,000 independent firms, stratified by region³ and by the Standard Industrial Classification code has been selected from this universe and surveyed in order to verify the kind of business of each firm. Estimates are then produced monthly, stratified by trade group and region.

The method used for the estimation of total retail sales is one in which **each** sampled unit's reported data is inflated to universe levels by multiplying the reported data of the sampled unit by the inverse of the probability of selection for the unit. For firms which do not respond on time⁴ in a particular month, an estimate is imputed using a statistical technique which employs a number of components such as: cell averages, last month's sales, other trends, etc. Consequently each firm in the sample must have an individual estimate of sales.

The results of the survey are not linked to census results. Instead, the estimates derived in the course of the survey will be compared with census data in order to determine the cause of any differences which may be found to exist between the two levels. Based on these findings, revisions will then be made to compensate for any errors or discrepancies discovered (such as in coding of firms to erroneous kinds of business codes, over-estimation in particular cells, etc.).

³ The metropolitan areas of Montréal, Toronto, Winnipeg and Vancouver are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

⁴ Late responses are included in revised estimates.

Cette nouvelle méthodologie fut principalement mise en application parce qu'il n'existait plus de source adéquate de renseignements disponibles, après 1969, pour mettre à jour la partie indépendante de l'ancien échantillon pour tenir compte des nouvelles entreprises (créations) et (ou) de celles qui fermaient leurs portes (disparitions). Le niveau des ventes déterminé par le nouvel échantillon démontre qu'il y avait un certain degré de sous-estimation, laquelle sous-estimation avait atteint 4% en 1974. Néanmoins les tendances mensuelles mesurées par l'ancien ainsi que par le nouvel échantillon sont passablement similaires.

Échantillon

La liste de Revenu Canada (Impôt) a été complétée par la liste des magasins à succursales ainsi que des grands magasins et par une liste de fichier aréolaire pour reconstituer l'univers de cette enquête. Un échantillon d'environ 16,000 entreprises indépendantes, stratifié par région³ et selon le schéma de codage de la Classification des activités économiques, a été prélevé sur cet univers et a fait l'objet d'une enquête en vue de déterminer le genre d'activité de chaque entreprise. Des estimations sont ensuite établies tous les mois et stratifiées selon le groupe de commerce et la région.

La méthode d'estimation des ventes totales au détail consiste à gonfler les données déclarées par **chaque** unité échantillonnée aux dimensions de l'univers en multipliant les données de l'unité par l'inverse de la probabilité de choix de l'unité. Dans le cas des entreprises non déclarantes à temps⁴ un mois donné, on procède à une imputation à l'aide d'une méthode statistique qui fait intervenir divers éléments comme les moyennes de cellule, les ventes du dernier mois, d'autres tendances, etc. Ainsi, il doit y avoir une estimation des ventes pour chaque entreprise échantillonnée.

Les résultats de l'enquête ne sont pas raccordés à ceux du recensement. Une étude comparative entre les estimations obtenues dans le cadre de cette enquête ainsi que celles obtenues lors d'un recensement sera effectuée afin de déterminer la cause de tout écart entre les deux niveaux, ce qui nous permettra de rectifier les statistiques et de compenser les erreurs ou les divergences relevées (comme un classement erroné selon le genre de commerce, une surestimation dans des cellules particulières, etc.).

³ Les zones métropolitaines de Montréal, de Toronto, de Winnipeg et de Vancouver correspondent aux zones métropolitaines du recensement de 1971.

⁴ Les déclarations tardives sont toujours considérées dans le calcul des estimations révisées.

Appendix IV

Components of the Survey Universe

The universe used for this survey is composed of two basic parts: a master file list (including chain and department store components) and an area file list. These components provide an adequate representation of the retail trade universe.

The Survey Master File

The survey master file is based on a series of profiles developed from the retail store portion of the Revenue Canada (Taxation) master file and is stratified by region and by Standard Industrial Classification code. This component is a list of all retail businesses having a payroll deduction account number (i.e., having employees for whom payroll deductions are made). It is updated monthly for new firms coming into business, for firms going out of business and, in the case of existing firms, for any changes in name, address or nature (kind) of business. These updates originate from both Revenue Canada (Taxation) and from Statistics Canada survey sources. As these updates are received, firms going out of business are dropped from the sample and a sample of births is selected from among new firms which have gone into business, thus providing a monthly birth/death adjustment.

Records on the survey master file are sampled using a given probability of selection determined by geographical location, Standard Industrial Classification code and cell size. To create the original sample file, the complete survey master file was sampled. Since that time, only the births have been sampled each month.

Chain and Department Store Component

The chain and department store list is a sub-set of the survey master file component. The businesses on this list are those which have been identified (from Statistics Canada sources) as chains or department stores and which have been sampled with certainty (i.e., each business is surveyed). This component, as well as being updated monthly using Revenue Canada information, is also updated annually. The annual updates are based primarily on returns obtained in the course of the Annual Chain and Department Store Survey, as well as on information derived from other sources such as trade magazines, etc.

Appendice IV

Éléments de l'univers de l'enquête

L'univers de l'enquête comprend deux éléments fondamentaux: une liste de fichier principal (y compris les éléments magasins à succursales et grands magasins) et une liste de fichier aréolaire. Ces éléments représentent de manière adéquate l'univers du commerce de détail.

Fichier principal de l'enquête

Le fichier principal de l'enquête du commerce de vente au détail est fondé sur une série de profils tirés de la fraction du fichier principal de Revenu Canada (Impôt) se rapportant aux commerces de vente au détail et est stratifié par région et selon le schéma de codage de la Classification des activités économiques. Cet élément du fichier est une liste de toutes les entreprises de vente au détail qui ont un numéro de compte de retenues sur la paye (entreprises ayant des salariés à l'égard desquels des déductions sont faites aux fins de l'impôt). Cette liste est mise à jour tous les mois; il s'agit de prendre en compte la création de nouvelles entreprises, la disparition d'entreprises et dans le cas d'entreprises existantes, tous les changements de nom, d'adresse ou de genre de commerce. Ces mises à jour s'appuient sur des enquêtes de Revenu Canada (Impôt) et de Statistique Canada. Dès que l'on dispose de ces mises à jour, les entreprises qui cessent toute activité sont éliminées de l'échantillon et un échantillon de créations est prélevé sur les nouvelles entreprises, ce qui permet un ajustement mensuel en fonction des créations et des disparitions.

Des enregistrements du fichier principal de l'enquête sont échantillonnés d'après une probabilité donnée de sélection déterminée par le lieu d'exploitation, le schéma de codage de la Classification des activités économiques et la taille des cellules. Lors de la constitution du fichier de l'échantillon initial, la sélection a porté sur tout le fichier principal de l'enquête. Depuis lors, seules les créations ont fait l'objet d'un échantillonnage tous les mois.

Élément magasins à succursales et grands magasins

La liste des magasins à succursales et des grands magasins constitue un sous-ensemble de l'élément fichier principal de l'enquête. Les établissements commerciaux figurant sur cette liste sont ceux qui ont été identifiés (d'après les documents de Statistique Canada) comme magasins à succursales et grands magasins et qui ont été échantillonnés avec certitude (chaque entreprise fait partie de l'échantillon). Cet élément, qui est mis à jour tous les mois d'après les données de Revenu Canada, fait également l'objet d'une mise à jour annuelle. Ces dernières mises à jour sont fondées principalement sur les déclarations obtenues dans le cadre de l'enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins, ainsi que sur des renseignements puisés à d'autres sources comme les revues portant sur le commerce, etc.

Area File Component

The purpose of the area file, essentially, is to supplement the sample frame. This additional input has two uses:

to provide an estimate for firms which do not appear on the survey master file (i.e., having no employees for whom tax deductions are made);

to compensate for the time lag involved in obtaining a birth adjustment through the survey master file.

The area file was derived by selecting a number of areas in Canada (as defined by the Labour Force Survey), covering all regions with the exception of the Yukon and Northwest Territories. To create the area file portion of the sample frame, the selected areas were completely enumerated by field representatives and an area file composed of all businesses in the selected areas was created. This file was then matched against the survey master file to determine which firms were present on both files. For those firms which appeared on both files, the universe was represented by the sample of firms derived from the survey master file. All unmatched firms (on the area file) automatically became part of the sample file. Every month since the original enumeration, one twelfth of the selected areas have been completely re-enumerated in order to locate any new firms which may have come into existence during the preceding year. These new firms are then matched against the entire survey master file. Similarly, all new businesses which have been added to the survey master file from the Revenue Canada (Taxation) updates are matched each month against the entire area file. Once it has been determined that firms are on both files, they are removed from the area file and given a chance of selection on the survey master file. The remaining unmatched firms on the area file are included in the sample.

Élément fichier géographique (aréolaire)

Le but premier du fichier géographique est de compléter la base de l'échantillon. Cet élément supplémentaire permet:

d'établir une estimation visant les entreprises qui ne figurent pas dans le fichier principal de l'enquête (entreprises ne comptant aucun salarié pour lequel on procède à des déductions aux fins de l'impôt);

de compenser le "retard" d'obtention des ajustements en fonction des créations au moyen du fichier principal de l'enquête.

On a constitué le fichier géographique en choisissant un certain nombre de secteurs géographiques au Canada (à l'aide de données de l'enquête sur la population active) de façon à couvrir tout le territoire canadien à l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest. Les secteurs choisis ont ensuite été entièrement dénombrés par des représentants régionaux et on a ainsi obtenu un fichier géographique comprenant tous les établissements commerciaux de ces secteurs. On a comparé ce fichier au fichier principal de l'enquête pour déterminer quelles entreprises figuraient dans les deux fichiers. Pour ce qui est de ces entreprises, l'univers a été représenté par l'échantillon d'entreprises prélevé sur le fichier principal de l'enquête. Toutes les entreprises sans pendant (dans le fichier aréolaire) ont été automatiquement incorporées au fichier de l'échantillon. Tous les mois depuis le premier dénombrement, un douzième des régions choisies a fait l'objet d'un autre dénombrement complet visant à déterminer quelles nouvelles entreprises ont vu le jour au cours de l'année précédente. Ces nouvelles entreprises sont ensuite réappariées avec le fichier principal de l'enquête. De la même façon toutes les nouvelles entreprises ajoutées au fichier principal de l'enquête au moyen de mises à jour tirées du fichier de Revenu Canada (Impôt) sont réappariées chaque mois avec le fichier géographique. Les entreprises pour lesquelles on a trouvé un pendant au cours des deux processus de comparaison précédemment décrits sont radiées du fichier géographique et demeurent sur le fichier principal de l'enquête où elles ont une probabilité d'être choisies. Le reste des entreprises du fichier géographique pour lesquelles on n'a pas trouvé un pendant sont inclus dans l'échantillon.

Appendix V

Data Reliability

The statistics in this publication are estimates derived from a sample survey and, as such, can be subject to errors. The following material is provided to assist the reader in the interpretation of the estimates published.

Sampling and Non-sampling Errors

Estimates derived from a sample survey are subject to a number of kinds of errors. These errors can be broken down into two major types: sampling and non-sampling.

Sampling Errors

Sampling errors are present because observations are made only on a sample and not on the entire population. The sampling error depends on factors such as the size of the sample, variability in the population, sampling design and method of estimation. For example, for a given sample size, the sampling error will depend on the stratification procedure employed, allocation of the sample, choice of the sampling units and method of selection. (Further, even for the same sampling design, we can make different calculations to arrive at the most efficient estimation procedure.)

In sample surveys, since inference is made about the entire population covered by the survey on the basis of data obtained from only a part of the population, the results are likely to be different than if a complete census was taken under the same general survey conditions. The most important feature of probability sampling is that the sampling error can be measured from the sample itself.

Non-sampling Errors

These errors are present whether a sample or a complete census of the population is taken. Non-sampling errors can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses.

Appendice V

Fiabilité des données

Ce bulletin présente des estimations fondées sur une enquête par échantillonnage qui risquent, par conséquent, d'être entachées d'erreurs. La section qui suit vise à faciliter, pour le lecteur, l'interprétation des estimations qui sont publiées.

Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs

Les estimations établies sur la base d'une enquête par échantillonnage sont sujettes à différents types d'erreurs. On les regroupe en deux grandes catégories: les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

Erreurs d'échantillonnage

Ce genre d'erreur existe parce que les observations portent uniquement sur un échantillon, et non sur l'ensemble de la population. L'erreur dépend de facteurs tels que la taille de l'échantillon, la variabilité de la population, le plan de sondage et la méthode d'estimation. Pour une taille donnée d'échantillon, par exemple, l'erreur d'échantillonnage sera fonction de la méthode de stratification adoptée, de l'attribution de l'échantillon, du choix des unités sondées et de la méthode de sélection. (On peut même, dans le cadre d'un seul plan de sondage, effectuer plusieurs calculs pour arriver à la méthode d'estimation la plus efficace.)

Comme, dans une enquête par échantillonnage, on tire des conclusions sur l'ensemble d'une population à partir des données concernant une partie seulement, les résultats seront probablement différents de ceux qu'on aurait obtenus en recensant toute la population dans les mêmes conditions. La principale caractéristique des sondages probabilistes, c'est que l'erreur d'échantillonnage peut être directement mesurée à partir de l'échantillon.

Erreurs non liées à l'échantillonnage

Ces erreurs se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur peut résulter d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre, dans l'explication des questions ou dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some may be unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally decreases with increases in the response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control at the level at which their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication, all attempts have been made to minimize the non-sampling errors; units have been defined in a most precise manner and the most up-to-date listings have been used; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations (interviewers have been instructed to ask the questions as printed on the questionnaires); detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Measures of Sampling and Non-sampling Errors

Sampling Error Measures

The sample used in this survey is one of a large number of all possible samples of the same size that could have been selected using the same sample design under the same general conditions. If it was possible that each one of these samples could be surveyed under essentially the same conditions, with an estimate calculated from each sample, it would be expected that the sample estimates would differ from each other. The average estimate derived from all these possible sample estimates is termed the **expected value**. The expected value can also be expressed as the value which would be obtained if a census enumeration was taken under identical conditions of collection and processing. An estimate calculated from a sample survey is said to be **precise** if it is near the expected value.

Sample estimates may differ from this expected value of the estimates. However, since the estimate is based on a probability sample, the variability of the sample estimate with respect to its expected value can be measured. The **variance** of estimate is a measure of the precision of the sample estimate and is defined as the average, over all possible samples, of the squared difference of the estimate from its expected value.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables ou encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas avec précision l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure que diminue le taux de réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation, etc.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. De plus, il faut les cerner à un niveau où elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. Quant aux estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser les erreurs non liées à l'échantillonnage. Ainsi, les unités ont été définies avec beaucoup de précision, au moyen des listes les plus à jour; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum les différentes interprétations possibles (on a demandé aux interviewers de poser les questions telles qu'elles figurent aux questionnaires); les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage

Erreur d'échantillonnage

L'échantillon utilisé aux fins de la présente enquête est un des nombreux échantillons de même taille qui auraient pu être choisis selon le même plan et les mêmes conditions. Si chaque échantillon pouvait faire l'objet d'une enquête menée essentiellement dans les mêmes conditions, il faudrait s'attendre à ce que l'estimation calculée varie d'un échantillon à l'autre. On nomme **valeur probable** l'estimation moyenne obtenue de tous les échantillons possibles. Autrement dit, la valeur probable est celle qu'on obtiendrait en recensant toute la population dans des conditions identiques de collecte et de traitement. Une estimation calculée à partir d'une enquête par échantillonnage est dite **précise** lorsqu'elle s'approche de la valeur probable.

Or, les estimations fondées sur un échantillon peuvent ne pas correspondre à la valeur probable. Cependant, comme les estimations proviennent d'un échantillon probabiliste, il est possible d'en mesurer la variabilité par rapport à leur valeur probable. Ainsi, la **variance** d'une estimation, qui en mesure la précision, se définit comme la moyenne, parmi tous les échantillons possibles, des carrés de la différence entre l'estimation et la valeur probable.

Once the sample estimate and the variance of the sample estimate are derived, other measures of precision can be calculated. For example, the **standard error**, defined as the square root of the variance, is a measure of the sampling error in the same units as the estimate (e.g., dollars). The standard error is a measure of precision in absolute terms. The **coefficient of variation**, defined as the standard error divided by the sample estimate, is a measure of precision in relative terms. For comparison purposes one may more readily compare the sampling error of one estimate to the sampling error of another estimate through the use of the coefficient of variation.

The measure of sampling error shown in this publication under Text Table I, "Measures of Reliability", is the coefficient of variation.

The formula used to calculate the published coefficient of variation in Text Table I is:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

Where X = the estimate
S(X) = the standard deviation of X

The percentage error (PE) of X will be:

$$PE(X) = CV(X) \times 100\%.$$

For example, an estimate X = \$8,000,000 with a standard deviation S(X) = \$400,000 has a coefficient of variation of .05 and assuming a normal distribution we can say; "the probability is approximately 68% that the actual percentage error in the \$8,000,000 estimate is less than 5%".

Non-sampling Error Measures

The exact population value is aimed at or desired by both a sample survey as well as a census. We say the estimate is **accurate** if it is near this value. Although this value is desired, we cannot assume that the exact value of every unit in the population or sample can be obtained and processed without error. Any difference between the expected value and the exact population value is termed the **bias**. Systematic biases in the data cannot be measured by the probability measures of sampling error as previously described. The accuracy of a survey estimate is determined by the joint effect of sampling and non-sampling errors.

Une fois qu'on a calculé l'estimation et sa variance, il devient possible de mesurer la précision autrement. Par exemple, l'**erreur-type**, soit la racine carrée de la variance, mesure l'erreur d'échantillonnage dans la même unité que l'estimation (en dollars, notamment). Autrement dit, l'erreur-type mesure la précision en termes absolus. Par contre, le **coefficient de variation**, c'est-à-dire l'erreur-type divisée par l'estimation, mesure la précision en termes relatifs. Ainsi, l'emploi du coefficient de variation facilite la comparaison de l'erreur d'échantillonnage de deux estimations.

C'est le coefficient de variation qui sert à évaluer l'erreur d'échantillonnage au tableau explicatif I "Mesure de la fiabilité".

Voici la formule utilisée pour calculer les coefficients de variation du tableau explicatif I:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

dans laquelle X est l'estimation
S(X) est l'écart-type de X

L'erreur de X en pourcentage (PE) correspondra à:

$$PE(X) = CV(X) \times 100 \%.$$

Par exemple, le coefficient de variation d'une estimation X = \$8,000,000 où l'écart-type S(X) atteint \$400,000 correspond à .05; si l'on suppose une distribution normale, on peut affirmer qu'il existe une probabilité d'environ 68% que l'estimation de \$8,000,000 comporte un pourcentage réel d'erreur inférieur à 5%.

Erreur non liée à l'échantillonnage

L'enquête par échantillonnage et le recensement cherchent tous deux à déterminer la valeur exacte de l'ensemble. L'estimation est dite **précise** si elle se rapproche de cette valeur. Bien qu'il s'agisse d'une valeur souhaitable, il n'est pas réaliste de supposer que la valeur exacte de chaque unité de l'ensemble ou de l'échantillon peut être obtenue et traitée sans erreur. La différence entre la valeur probable et la valeur exacte de l'ensemble s'appelle le **biais**. On ne peut calculer les biais systématiques des données en recourant aux mesures de probabilité de l'erreur d'échantillonnage décrites plus haut. La précision d'une estimation est déterminée par l'effet conjugué des erreurs d'échantillonnage et des erreurs non liées à l'échantillonnage.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, by Kind of Business and by Region, September 1989 Preliminary, August 1989 Revised

No.		Response rate			
		Taux de réponse			
		Chain stores		Independent stores	
		Magasins à succursales		Magasins indépendants	
		Preliminary estimate	Revised estimate	Preliminary estimate	Revised estimate
		Estimation préliminaire	Estimation révisée	Estimation préliminaire	Estimation révisée
		per cent - pourcentage			
	Kind of business:				
1	Combination stores (groceries and meat)	70.8	88.5	67.3	76.4
2	Grocery, confectionery and sundries stores	62.5	70.3	56.9	64.5
3	All other food stores	92.2	92.2	48.2	58.6
4	Department stores	100.0	100.0	-	-
5	General merchandise stores	70.3	95.3	63.4	68.7
6	General stores	94.7	89.5	68.1	76.6
7	Variety stores	78.0	88.1	62.1	70.7
8	Motor vehicle dealers	50.0	100.0	72.4	80.2
9	Used car dealers	-	-	56.4	67.4
10	Service stations	53.6	66.4	59.6	70.7
11	Garages	100.0	100.0	59.9	73.3
12	Automotive parts and accessories stores	36.8	36.8	69.9	78.4
13	Men's clothing stores	81.4	88.4	68.2	74.8
14	Women's clothing stores	69.9	78.1	57.8	67.8
15	Family clothing stores	72.3	81.4	64.0	70.8
16	Specialty shoe stores	67.9	78.2	69.1	80.9
17	Family shoe stores	61.6	78.6	74.7	80.5
18	Hardware stores	87.5	93.7	72.4	79.4
19	Household furniture stores	64.8	75.9	65.1	68.3
20	Household appliance stores	64.7	70.6	59.7	72.2
21	Furniture, TV, radio and appliance stores	95.2	83.3	81.8	84.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	63.6	67.8	70.7	77.0
23	Book and stationery stores	84.0	73.4	65.1	73.8
24	Florists	87.5	87.5	62.8	70.8
25	Jewellery stores	66.7	80.0	63.3	69.7
26	Sporting goods and accessories stores	54.4	88.2	64.8	72.4
27	Personal accessories stores	79.7	80.2	61.6	69.7
28	All other stores	66.2	70.0	61.2	70.1
29	TOTAL, ALL STORES	70.8	78.2	63.7	72.2
	Regions and selected metropolitan areas				
30	Newfoundland	73.9	83.2	59.7	68.1
31	Prince Edward Island	81.8	90.9	57.6	68.4
32	Nova Scotia	75.8	84.1	63.4	69.8
33	New Brunswick	74.5	84.4	63.0	71.9
34	Québec	70.2	79.6	71.2	78.4
35	Ontario	68.4	74.5	61.3	71.3
36	Manitoba	70.8	78.2	61.5	71.1
37	Saskatchewan	75.4	80.8	61.9	69.1
38	Alberta	70.5	76.5	59.1	67.6
39	British Columbia	70.1	76.7	63.4	72.0
40	Yukon and Northwest Territories	78.6	92.9	56.2	59.8
41	Montréal	68.9	79.0	66.9	74.9
42	Toronto	66.9	72.3	58.5	69.1
43	Winnipeg	65.2	74.8	61.3	70.3
44	Vancouver	69.8	75.4	63.2	71.2

**TABEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, selon le genre de commerce et la région, septembre 1989
préliminaire, août 1989 révisé**

Response fraction Fraction de réponse				Coefficient of variation, preliminary estimate		
Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		Coefficient de variation, estimation préliminaire		
Preliminary estimate	Revised estimate	Preliminary estimate	Revised estimate			
Estimation préliminaire	Estimation révisée	Estimation préliminaire	Estimation révisée			Nº
per cent – pourcentage						
Genre de commerce:						
77.3	94.0	74.3	81.5	.022	Épiceries – Boucheries	1
74.9	49.6	61.5	69.4	.063	Épiceries, confiseries et articles divers	2
95.1	95.8	50.4	62.6	.114	Tous les autres magasins d'aliments	3
100.0	100.0	–	–	–	Grands magasins	4
96.5	98.7	77.8	85.7	.031	Magasins de marchandises diverses	5
99.7	96.3	67.1	80.4	.045	Magasins généraux	6
78.5	98.5	69.7	82.1	.012	Bazars	7
52.4	100.0	76.8	87.3	.022	Concessionnaires d'automobiles	8
–	–	62.9	71.9	.029	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
75.0	74.3	68.0	77.1	.047	Stations-service	10
100.0	100.0	69.5	81.2	.020	Garages	11
67.6	72.3	78.4	85.5	.073	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
93.7	91.9	70.9	78.4	.004	Magasins de vêtements pour hommes	13
77.1	87.2	63.9	76.4	.004	Magasins de vêtements pour dames	14
76.7	89.8	74.4	81.6	.010	Magasins de vêtements pour la famille	15
64.7	69.9	64.7	78.1	.029	Magasins de chaussures spécialisées	16
68.2	84.8	76.7	84.1	.041	Magasins de chaussures pour la famille	17
95.3	97.8	82.6	84.1	.024	Quincailleries	18
42.2	92.2	78.0	82.7	.057	Magasins de meubles	19
67.8	69.2	74.4	79.3	.070	Magasins d'appareils ménagers	20
98.9	97.8	88.4	94.1	.012	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
48.3	48.2	75.7	82.2	.002	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
74.6	66.8	75.8	79.5	.005	Librairies et papeteries	23
80.1	79.1	68.2	78.3	.169	Fleuristes	24
84.5	95.3	68.1	77.0	.070	Bijouteries	25
31.9	95.3	72.9	79.5	.006	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
89.1	84.9	73.8	78.9	.019	Magasins d'accessoires personnels	27
87.3	87.0	64.8	78.6	...	Tous les autres magasins	28
82.8	88.8	72.0	81.4	.009	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines						
82.8	84.3	64.2	74.2	.026	Terre-Neuve	30
94.0	94.4	69.0	79.2	.021	Île-du-Prince-Édouard	31
93.7	96.0	75.4	75.5	.043	Nouvelle-Écosse	32
94.0	95.7	71.1	79.5	.038	Nouveau-Brunswick	33
84.2	88.1	75.2	84.7	.020	Québec	34
80.8	85.9	71.3	81.9	.012	Ontario	35
92.8	94.9	69.5	82.2	.022	Manitoba	36
93.5	92.4	67.5	79.7	.031	Saskatchewan	37
88.2	91.7	67.5	76.8	.014	Alberta	38
71.5	90.8	72.4	79.0	.026	Colombie-Britannique	39
98.7	99.8	66.3	68.4	.037	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
85.1	89.3	70.1	82.5	.031	Montréal	41
83.4	85.8	69.8	80.7	.021	Toronto	42
91.9	94.1	70.8	82.6	.019	Winnipeg	43
73.0	89.0	72.0	77.9	.024	Vancouver	44

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors two response measures are given in Text Table I. The **response rate** is a measure of the proportion of those sample units which have responded in time for inclusion in the estimates. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the sales estimate which is based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered since the response fraction is more representative of the situation.

Une source d'erreur non liées à l'échantillonnage, est l'erreur dû à la non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse afin d'aider l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** est la proportion des unités de l'échantillon qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans l'estimation. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion de l'estimation de l'échantillon qui est fondée sur des données déclarées. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant un échantillon de 20 unités dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités déclarantes représentent \$8 millions sur l'estimation globale de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Dans un tel cas, le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation; il faudrait donc tenir compte des deux unités de mesure puisque la fraction de réponse est la plus représentative de la situation.

Appendix VI

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."⁵ In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular fluctuations. These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a significant impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method⁶ to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of estimated raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily a ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times (see Table 27). These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, executed every month. This permits the updating each month of the reference series from which are derived the final estimations of the seasonal factors with the current month's unadjusted data as well as the previous month's revised unadjusted data.

5 "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canada Statistical Review*, August 1974.

6 For further information see the *X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

Appendice VI

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"⁵. L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI⁶ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter les estimations d'une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et rétrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressif à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle, et estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (voir tableau 27). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales sont exécutées à chaque mois. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles qui se réfèrent au mois courant et aux données révisées du mois précédent.

5 La désaisonnalisation des séries temporelles économiques quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, août 1974.

6 Pour de plus amples informations voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, n° 12-564F au catalogue, hors série.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, users should examine several months of the seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided (see Table 27). The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percentage change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly, small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 28 individually seasonally adjusted kinds of business. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".⁷ Also in March 1984, the **end-point seasonal adjustment** method was adopted. For the period March 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to March 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

Constant Dollar Seasonally Adjusted Estimates⁸

Commencing with the March 1986 issue, seasonally adjusted constant dollar estimates, as shown in Table 28, are obtained by deflating the current dollar seasonally adjusted data by an implicit price index supplied by the Income and Expenditure Accounts Division. Up to February 1986 issue, the total constant dollar seasonally adjusted estimates were derived by employing the direct seasonal adjustment method.

⁷ Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): *The problem of Aggregation: Direct or Indirect*, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

⁸ See appendix VII on constant dollars estimates.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC (voir tableau 27). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC, tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonnalisé au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 28 genres de commerce désaisonnalisés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada⁷. De plus, la **désaisonnalisation interpolative** a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mars 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mars 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

Estimations désaisonnalisées en dollars constants⁸

Depuis mars 1986, les estimations désaisonnalisées en dollars constants, données au tableau 28, sont obtenues en dégonflant les données désaisonnalisées en dollars courants au moyen d'un indice implicite de prix fourni par la Division des comptes des revenus et des dépenses. Jusqu'à l'édition de février 1986, les estimations totales désaisonnalisées en dollars constants étaient obtenues par l'emploi de la méthode de désaisonnalisation directe.

⁷ Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): *Aggrégation directe ou indirecte*, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistiques Canada.

⁸ Consulter l'appendice VII, sur les estimations en dollars constants.

Revision Procedures

Due to the fact that statistical surveys are subject to different types of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Retail Trade survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In each case, revisions are both monthly and annual. In the first type of revision, monthly corrections apply only to the previous month, while in the second type, monthly corrections apply to the three previous months. In both cases, annual revisions relate to the previous year data. The monthly revisions for the current month (June for example) and the two previous months (April and May) are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

Number of Shopping Days

The number of shopping days that this report is based on, varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current report is based on.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days by Month

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux par mois

	1989		1988	
	Number of shopping days	Number of Saturdays days	Number of shopping	Number of Saturdays
	Nombre de jours commerciaux	Nombre de samedis commerciaux	Nombre de jours	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	25	5
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	4	27	4
April - Avril	25	5	25	5
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	4	25	5
August - Août	27	4	27	4
September - Septembre	25	5	25	4
October - Octobre	25	4	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	25	5	26	5

Procédures de révision

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur le commerce de détail: **les premières sont liées à la façon dont les données sont obtenues tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Dans chacun des cas, ces révisions peuvent être mensuelles ou annuelles. Les révisions mensuelles du premier type ne se rapportent qu'aux seules données du mois précédent tandis que celles du second type se rapportent aux trois mois précédents. Dans les deux cas, les révisions annuelles ne se rattachent qu'aux seules données de l'année précédente. Dans le cas des révisions mensuelles qui se réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) et aux deux mois précédents (soit avril et mai), elles sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les résultats des révisions annuelles, lesquelles sont effectuées à la fin de l'année, sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

Nombre de jours commerciaux

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données présentées ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

Appendix VII

Constant Dollar Estimates

The value of retail trade is measured in two ways: including the effects of price change on sales and net of the effects of price change. The latter measure is also referred to as "retail trade in constant dollars". In theory, the method of calculation for the first of these two measures should be by aggregating the value of each commodity sold by each retail outlet. Likewise, the method to calculate the second measure should be to aggregate these same values making sure, however, that their price stayed the same as in some selected base period.

There are, however, no estimates of the current values of retail trade by commodity. Accordingly, some approximations are required and because of data limitations these are crude. They are calculated by adjusting the results of a 1974 retail commodity survey so that they are coherent with the commodity balances in the latest version of the input-output tables. These values are divided by the most appropriate price index taken from the CPI. These indexes have provincial sales taxes removed from them since by definition retail trade excludes these taxes. Total retail trade in constant dollars is obtained by adding up these constant dollar commodity values. The result, which is an approximate total sales in constant dollars, is divided into the current dollar estimate to yield an "implicit" price deflator.

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.⁹ The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld for this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

⁹ See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

Appendice VII

Estimations en dollars constants

La valeur du commerce de détail se calcule de deux manières: soit en incluant, soit en excluant les effets de changement de prix sur les ventes. La première mesure s'appelle "commerce de détail en dollars courants" et la seconde "commerce de détail en dollars constants". En théorie, la méthode de calcul pour la première de ces deux mesures est la sommation de la valeur de chaque bien vendu par chaque point de ventes au détail. En contre-partie, la méthode de calcul pour la seconde mesure est la sommation de ses mêmes biens, mais tout en s'assurant que les prix utilisés se situent tous sur une même base de référence (ex: année 1981).

Il n'existe présentement, aucunes estimations des valeurs, en dollars courants, du commerce de détail par produits. Par conséquent, on utilise des approximations mais à cause des limitations des données, celles-ci sont brutes. Ces approximations sont calculées en ajustant les résultats de l'enquête des marchandises et biens du commerce de détail de 1974, pour les rendre cohérents avec les balances des produits de la plus récente version des tables d'intrants-extrants. Ces valeurs sont divisées par l'indice des prix le plus approprié, provenant de l'IPC. Ces indices n'incluent aucunes taxes provinciales car, par définition, le commerce de détail n'en tient pas compte. Donc la valeur totale du commerce de détail en dollars constants, est obtenue par l'addition des valeurs de tous les biens en dollars constants. Le résultat, qui est une approximation des ventes totales en dollars constants, est divisé par l'estimation en dollars courants, pour ainsi produire un indice implicite de dégonflement.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière⁹. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes, de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un "X" aux différents postes visés dans la publication.

⁹ Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information **from selected regions** (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential form. For example, in Tables 30 and 31, retail sales for Yukon and Northwest Territories were broken into five kinds of business **groups** only, as compared to the twenty-eight kinds of business for the other regions.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) **pour certaines régions** (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple, dans les tableaux 30 et 31, les ventes au détail pour le Yukon et les Territoires-du-Nord-Ouest sont ventilées en cinq **groupes** de genres de commerce seulement, comparativement à vingt-huit genres de commerce dans le cas des autres régions.

Ainsi par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Appendix VIII

Kind of Business Composition Used in Tables 1 to 27

1. **Combination stores.** Combination stores (groceries with 20% or more fresh meat).
2. **Grocery, confectionery and sundries stores.** Grocery, confectionery and sundries stores; grocery stores (with 20% or less fresh meat).
3. **All other food stores.** Bakery products stores; confectionery and nut stores; dairy products stores; egg and poultry stores; fruit and vegetable stores; meat markets; fish markets; delicatessen stores; other food stores.
4. **Department stores.** Department stores including concessions located in department store outlets which are an integral part of the overall operation. **(Note:** This kind of business **excludes** non-department store outlets operated by department store firms, as well as department store mail-order and catalogue sales offices.)
5. **General merchandise stores.** General merchandise stores (less than one-third food); and department store mail order and catalogue sales offices.
6. **General stores.** General stores (more than one-third food).
7. **Variety stores.** Variety stores.
8. **Motor vehicle dealers.** Motor vehicle dealers (new and used or new only).
9. **Used car dealers.** Used car dealers (used cars and trucks or used cars only).
10. **Service stations.** Service stations.
11. **Garages.** Garages.
12. **Automotive parts and accessories stores.** Tire, battery and accessories stores; home and auto supply stores.
13. **Men's clothing stores.** Men's and boys' clothing stores; men's and boys' furnishings stores; men's and boys' hat stores; custom tailors (made to measure shops).

Appendice VIII

Composition par genre de commerce utilisé dans les tableaux 1 à 27

1. **Épiceries-boucheries.** Épiceries-boucheries (épiceries avec 20% ou plus de viande fraîche).
2. **Épiceries, confiseries et articles divers.** Épiceries, confiseries et magasins d'articles divers; épiceries (avec 20% ou moins de viande fraîche).
3. **Tous les autres magasins d'aliments.** Magasins de produits de boulangerie; magasins de bonbons, de noix et confiseries; laiteries; magasins d'oeufs et de volailles; magasins de fruits et légumes; boucheries; poissonneries; magasins d'aliments fins (**delicatessen**); autres magasins d'alimentation.
4. **Grands magasins.** Grands magasins y compris les filiales situées dans les points de vente des grands magasins qui font partie intégrale de l'exploitation. **(Nota: Sont exclus** les points de vente autres que ceux des grands magasins, qui sont exploités par les sociétés propriétaires de grands magasins, ainsi que les bureaux de vente par commande postale et par catalogue des grands magasins.)
5. **Magasins de marchandises diverses.** Magasins de marchandises diverses (moins du tiers du stock en aliments); et les bureaux de vente par commande postale et par catalogue des grands magasins.
6. **Magasins généraux.** Magasins généraux (plus du tiers du stocks en aliments).
7. **Bazars.** Bazars.
8. **Concessionnaires d'automobiles.** Vendeurs d'automobiles (neuves et d'occasion ou neuves seulement).
9. **Vendeurs d'automobiles d'occasion.** Vendeurs d'automobiles d'occasion (automobiles et camions d'occasion ou automobiles d'occasion seulement).
10. **Stations-service.** Stations-service.
11. **Garages.** Garages.
12. **Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles.** Magasins de pneus, d'accumulateurs et d'accessoires; magasins de fournitures pour la maison et l'automobile.
13. **Magasins de vêtements pour hommes.** Magasins de vêtements pour hommes et garçons; magasins d'accessoires vestimentaires pour hommes et garçons; chapelleries pour hommes et garçons; tailleurs (ateliers de confection sur place de vêtements sur mesure).

14. **Women's clothing stores.** Women's and misses' ready-to-wear stores; women's and misses' lingerie and hosiery stores; accessories and other apparel stores.
15. **Family clothing stores.** Family clothing and furnishing stores.
16. **Specialty shoe stores.** Men's and boys' shoe stores; women's and misses' shoe stores; children's and infants' shoe stores.
17. **Family shoe stores.** Family shoe stores.
18. **Hardware stores.** Hardware stores.
19. **Household furniture stores.** Furniture stores.
20. **Household appliance stores.** Household appliance stores; electrical supply stores.
21. **Furniture, television, radio and appliance stores.** Furniture, television, radio and appliance stores.
22. **Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores.** Drugstores including proprietary stores.
23. **Book and stationery stores.** Book and stationery stores.
24. **Florists.** Florists.
25. **Jewellery stores.** Jewellery stores.
26. **Sporting goods and accessories stores.** Sporting goods stores; boats, outboard motors and boating accessories; bicycle and bicycle repair shops; motorcycle dealers.
27. **Personal accessories stores.** Tobacco stores and stands; news dealers, gift novelty and souvenir shops; camera and photographic supply stores; luggage and leather goods stores; toy and hobby shops.
28. **All other stores:**
Other automotive businesses. Paint and body shops; other specialty repair shops; car washes; other automotive businesses, n.e.c.
14. **Magasins de vêtements pour dames.** Magasins de vêtements prêts-à-porter pour dames et jeunes filles; magasins de lingerie et bonneteries pour dames et jeunes filles; magasins d'accessoires et autres vêtements.
15. **Magasins de vêtements pour la famille.** Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires pour la famille.
16. **Magasins spécialisés de chaussures.** Magasins de chaussures pour hommes et garçons; magasins de chaussures pour dames et jeunes filles; magasins de chaussures pour enfants et bébés.
17. **Magasins de chaussures pour la famille.** Magasins de chaussures pour la famille.
18. **Quincailleries.** Quincailleries.
19. **Magasins de meubles ménagers.** Magasins de meubles.
20. **Magasins d'appareils ménagers.** Magasins d'appareils ménagers; magasins de fournitures électriques.
21. **Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires.** Magasins de meubles, de téléviseurs, de radios et d'appareils ménagers.
22. **Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté.** Drogueries, y compris magasins de spécialités pharmaceutiques.
23. **Librairies et papeteries.** Librairies-papeteries.
24. **Fleuristes.** Fleuristes.
25. **Bijouteries.** Bijouteries.
26. **Magasins d'articles de sport et d'accessoires.** Magasins d'articles de sport; embarcations, moteurs hors-bord et accessoires connexes; magasins de bicyclettes et ateliers de réparation; vendeurs de motocyclettes.
27. **Magasins d'accessoires personnels.** Magasins et kiosques et tabac; marchands de journaux et de périodiques; magasins de cadeaux, de nouveautés et de souvenirs; magasins d'appareils et de fournitures photographiques; magasins de sacs de voyage, valises, malles, mallettes et de maroquinerie; magasins de jouets et de jeux.
28. **Tous les autres magasins:**
Autres commerces d'automobiles. Ateliers de peinture et de débosselage; autres ateliers de réparation spécialisés; lavage d'automobiles; autres commerces d'automobiles, n.c.a.

Other apparel and accessories stores.

Millinery stores; furriers and fur stores; children's and infants' wear stores; secondhand clothing stores; piece goods stores; wool shops; other apparel and accessories stores, n.e.c.

Other home furnishings stores.

Paint, glass and wallpaper stores; television sales and service shops; television, radio and hi-fi stores; china, glassware and kitchenware stores; floor coverings, curtains, upholstery and interior decoration stores; linen stores; picture and picture framing stores; antique stores; secondhand furniture stores; piano and organ stores; record bars; other home furnishings stores, n.e.c.

Radio, television and electrical appliance repair shops.

Television and radio repair shops; household appliance repair shops.

Jewellery repair shops.

Jewellery repair shops.

Alcoholic beverage stores.

Government liquor stores; retail beer stores; retail wine stores.

Miscellaneous stores.

Music stores; opticians; health appliance stores; monument and tombstone dealers; pet shops; religious goods dealers; artists' supply stores; art galleries; coin and stamp dealers; mobile home dealers; pawn shops; ice dealers; all other retail stores, n.e.c.

Autres magasins de vêtements et accessoires.

Magasins de chapeaux; fourreurs ou magasins de fourrures; magasins de vêtements pour enfants et bébés; magasins de vêtements usagés; magasins de marchandises à la pièce; magasins de laines; autres magasins de vêtements, n.c.a.

Autres magasins d'articles d'ameublement.

Magasins de peinture, vitre et papier tenture; magasins de vente et réparation de téléviseurs; magasins de téléviseurs, radios et appareils de haute fidélité; magasins de vaisselle, verrerie et ustensiles de cuisine; magasins de revêtements de sol; magasins de rideaux, capitonnage et décoration intérieure; magasins de toilerie; magasins de tableaux et cadres; magasins d'antiquités; magasins de meubles d'occasion; magasins de pianos et orgues; comptoirs de disques; tous les autres fournitures de maison, n.c.a.

Ateliers de réparation de téléviseurs, de radios et d'appareils ménagers.

Réparation de téléviseurs et radios; réparation d'appareils électro-ménagers.

Réparation de bijoux.

Réparation de bijoux.

Magasins de boissons alcooliques.

Spiritueux, magasins du gouvernement; détaillants de bière; détaillants de vin.

Magasins divers.

Magasins de musique; opticiens; magasins d'appareils de la santé; marchands des monuments funéraires et pierres tombales; boutiques d'animaux; marchands d'objets de piété; magasins de fournitures pour artistes; galeries d'art; marchands de timbres et pièces de monnaie; marchands de maisons mobiles; bureaux de mont-de-piété; vendeurs de glace; tous les autres magasins de détail, n.c.a.

Appendix IX

Groupings of Kinds of Business Used in Table 30 and 31

1. **Food group.** Combination stores; grocery, confectionery and sundries stores; and all other food stores.
2. **General merchandise and apparel group.** Department stores; general merchandise stores; general stores; variety stores; men's clothing stores; women's clothing stores; family clothing stores; specialty shoe stores; and family shoe stores.
3. **Automobile dealers.** Motor vehicle dealers.
4. **Automotive group.** Used car dealers; service stations, garages; and automotive parts and accessories stores.
5. **Hardware, home furnishings and other retail stores group.** Hardware stores; household furniture stores; household appliance stores; furniture, television, radio and appliance stores; pharmacies, patent medicine and cosmetic stores; book and stationery stores; florists; jewellery stores; sporting goods and accessories stores; personal accessories stores; and all other stores.

Appendice IX

Groupes de genres de commerce utilisés dans les tableaux 30 et 31

1. **Groupe des magasins d'alimentation.** Épiceries-boucheries; épiceries, confiseries et articles divers; et tous les autres magasins d'alimentation.
2. **Groupe des magasins de marchandises diverses et des magasins de vêtements.** Grands magasins; magasins de marchandises diverses; magasins généraux; bazars; magasins de vêtements pour hommes; magasins de vêtements pour dames; magasins de vêtements pour la famille; magasins spécialisés de chaussures; et magasins de chaussures pour la famille.
3. **Concessionnaires d'automobiles.** Concessionnaires d'automobiles.
4. **Groupe de l'automobile.** Vendeurs d'automobiles d'occasion; stations-service; garages; et magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles.
5. **Groupe des quincailleries, des magasins de meuble et des autres magasins de détail.** Quincailleries; magasins de meubles ménagers; magasins d'appareils ménagers; magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires; pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté; librairies et papeteries; fleuristes; bijouteries; magasins d'articles de sport et d'accessoires; magasins d'accessoires personnels; et tous les autres magasins.

Selected Publications, Retail Trade

The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 36 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 104 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 36 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department Stores. A., Bil. Approx. 120 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0227-017X).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results Series, Retail Trade. O., Bil. (First Issue, 1974):

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1983
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1983
- 63-608 Retail Florists, 1983
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1983
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. – Monthly A. – Annual Bil. – Bilingual
O. – Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$10.00, other countries \$11.50.

Choix de publications, commerce de détail

Les publications suivantes sont produites par la section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 104 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 36 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 120 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0227-017X).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Série des Résultats d'exploitation, Commerce de détail. H.S., Bil. (Premier numéro, 1974):

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1983
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1983
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1983
- 63-609 Bijouteries au détail, 1983
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. – Mensuel A. – Annuel Bil. – Bilingue
H.S. – Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F, prix Canada \$10.00, autres pays \$11.50.

BON DE COMMANDE

Numéro de référence du client

Postez à :
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

(Lettres moulées s.v.p.)

Compagnie

Service

À l'attention de

Adresse

Ville

Province

Code postal

Tél.

MODE DE PAIEMENT☐ Numéro de la commande (inclure s.v.p.)☐ Paiement inclus☐ Portez à mon compte :☐ MasterCard☐ VISA

N° de compte

Date d'expiration

☐ Facturez-moi plus tard

Signature

N° au catalogue

Titre

Quantité

Prix

Total

Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada - Publications, en dollars canadiens ou l'équivalent.

PF
03551
06/89Pour un service
plus rapide, composez

☎ 1-800-267-6677 ☎

Comptes VIS
et MasterCard

English on Reverse

ORDER FORM

Client Reference Number

Mail to:
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario, K1A 0T6

(Please print)

Company

Department

Attention

Address

City

Province

Postal Code

Tel.

METHOD OF PAYMENT☐ Purchase Order Number (please enclose)☐ Payment enclosed \$☐ Charge to my:☐ MasterCard☐ VISA

Account Number

Expiry Date

☐ Bill me later

Signature

Catalogue No.

Title

Quantity

Price

Total

Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada/Publications, in Canadian funds or equivalent.

PF
03551
06/89

For faster service

☎ 1-800-267-6677 ☎

VISA and MasterCard
Accounts

Français au verso



What happened to the cost of living last month?

The **Consumer Price Index** will tell you.

Whether you negotiate wage settlements, administer COLA clauses in labour contracts, assess government policies or are involved in renewal contracts, child support or alimony payments, you need current and detailed information on changes in the cost of living.

Compiled monthly (and published within 20 days of the month's end), the **Consumer Price Index** gives you a precise account of the latest fluctuations in consumer prices.

This monthly publication covers:

- transportation
- food
- clothing
- housing
- health and personal care
- recreation, reading and education
- tobacco products and alcoholic beverages

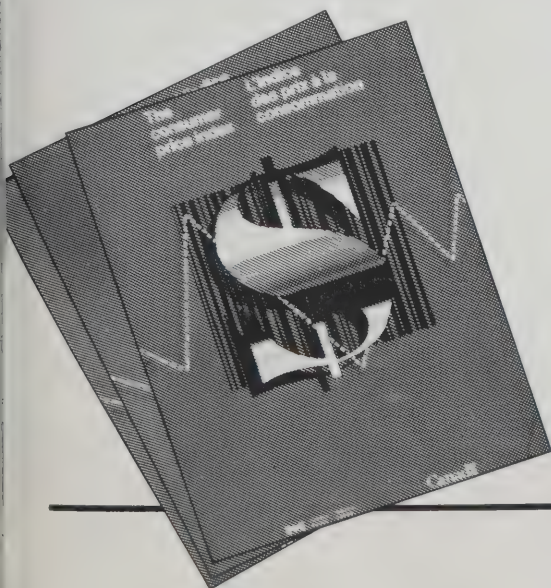
Over 400 items, ranging from milk to parking, household furnishings to reading material, are included.

Price indexes are presented nationally and for 18 major Canadian cities. In each issue you receive month-to-month percentage comparisons and trends over the last five years. And each issue analyzes the main causes of changes.

Get the facts.

Subscribe to the **Consumer Price Index** (Catalogue No. 62-001) for the authoritative measure of the purchasing power of the Canadian consumer dollar. A subscription to this monthly is available for \$89 in Canada, and \$107 outside Canada.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.



Qu'en était-il du coût de la vie le mois dernier?

L'indice des prix à la consommation répond à votre question.

Que vous ayez à négocier des règlements salariaux, à administrer des clauses d'indemnité de vie chère ou à évaluer des politiques gouvernementales, que vous vous occupiez du renouvellement de contrats, de pensions alimentaires ou d'allocations d'entretien, vous avez besoin de données récentes et détaillées sur les fluctuations du coût de la vie.

Établi mensuellement, et publié dans les 20 jours suivant la fin de chaque mois, **L'indice des prix à la consommation** vous renseigne de façon précise sur les plus récentes fluctuations des prix à la consommation.

Cette publication mensuelle porte sur :

- l'alimentation
- l'habillement
- l'habitation
- le transport
- la santé et les soins personnels
- les loisirs, la lecture et la formation
- les produits du tabac et les boissons alcoolisées

Plus de 400 articles sont inclus, allant du lait au stationnement en passant par l'ameublement de maison et le matériel de lecture.

Les indices de prix sont donnés pour l'ensemble du pays et 18 principales villes canadiennes. Chaque numéro présente des comparaisons des pourcentages mois après mois et les tendances au cours des cinq dernières années. En outre, chaque numéro analyse les principales causes de changements.

Abonnez-vous !

L'indice des prix à la consommation (n° 62-001 au catalogue) vous permet d'obtenir une évaluation fiable du pouvoir d'achat du dollar canadien. L'abonnement à cette publication mensuelle coûte 89 \$ au Canada et 107 \$ à l'étranger.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

For faster service, using Visa or MasterCard, call toll-free,

Pour un service plus rapide, utilisez votre carte Visa ou MasterCard et composez sans frais le

1-800-267-6677

How long would it take you to get 10,000 price quotes from 3,500 companies?

A lot longer than it takes to open a copy of **Industry Price Indexes**. Subscribe now, for the most extensive data available on Canadian manufacturing selling prices.

Industry Price Indexes are indispensable if you need current, consistent and reliable reports on price fluctuations at the Canadian factory gate. Uses include preparing escalation contracts, inventory management, charting trends, forecasting price changes or compiling data to create your own index.

This monthly publication covers raw materials, energy and over 700 commodities by 20 major groups. Items listed range from fish fillets to industrial furnaces, cattle to crude oil. Most commodities are reported at the national level, but some are given on a regional basis.

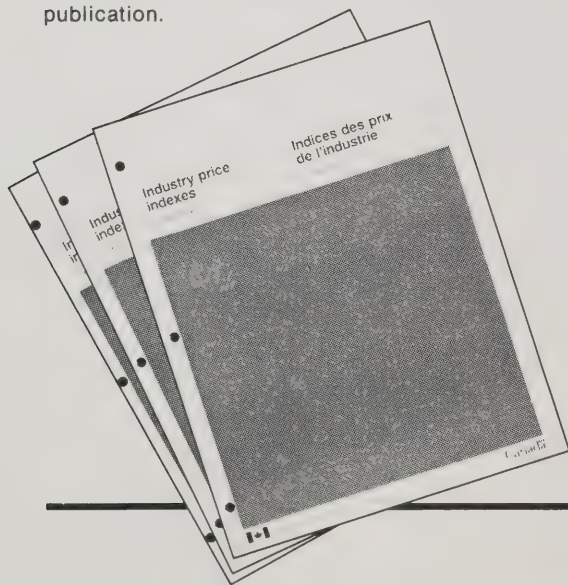
Each issue also provides a historical perspective, with tables of annual averages and monthly price indexes of commodities for the past five years.

As the only periodical of this scope and detail, **Industry Price Indexes** is the recognized authority on changes in the selling prices of Canadian manufactured goods.

Get the facts.

A subscription to the monthly **Industry Price Indexes** (Catalogue No. 62-011) is \$173 in Canada, and \$208 outside Canada.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.



Combien de temps vous faudrait-il pour obtenir 10 000 propositions de prix de 3 500 compagnies?

Beaucoup plus de temps qu'il n'en faut pour lire un exemplaire d'**Indices des prix de l'industrie**. Abonnez-vous dès maintenant afin d'avoir accès aux données les plus complètes possible sur les prix de vente des manufacturiers canadiens.

Indices des prix de l'industrie est indispensable si vous avez besoin de rapports à jour, uniformes et fiables au sujet des fluctuations des prix à la production au Canada. Ces indices peuvent servir notamment à préparer des contrats d'indexation, à gérer des stocks, à suivre des tendances au moyen de graphiques, à prévoir des fluctuations de prix ou à compiler des données pour concevoir votre propre indice.

Cette publication mensuelle porte sur les matières premières, l'énergie et plus de 700 produits classés dans 20 grandes catégories. Les articles répertoriés vont des filets de poisson aux fours industriels en passant par les bovins et le pétrole brut. Pour la plupart des produits, les statistiques ont une portée nationale; toutefois, pour certains, elles revêtent un caractère régional.

Chaque numéro donne également une perspective historique; des tableaux indiquent les moyennes annuelles et les indices des prix mensuels des produits au cours des cinq dernières années.

Indices des prix de l'industrie est le seul périodique aussi complet et détaillé. Il fait autorité en ce qui touche les fluctuations des prix de vente des marchandises fabriquées au Canada.

Abonnez-vous !

L'abonnement au mensuel **Indices des prix de l'industrie** (n° 62-011 au catalogue) coûte 173 \$ au Canada et 208 \$ à l'étranger.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

For faster service, using
Visa or MasterCard, call
toll-free,

Pour un service plus rapide, utilisez
votre carte Visa ou MasterCard
et composez sans frais le

1-800-267-6677

Retail trade

October 1989



Commerce de détail

Octobre 1989



Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-3552) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montreal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwTel Inc.)	Zénith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwTel Inc.)	Call collect 403-495-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile Number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-3552) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Appelez à frais virés au 403-495-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télégroupe 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Retail trade

October 1989

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Octobre 1989

Published under the authority of the Minister
of Industry, Science and Technology

• Minister of Supply
and Services Canada 1990

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission of the Minister of
Supply and Services Canada.

March 1990

Price: Canada, \$16.80, \$168.00 a year
Other Countries, \$20.20, \$202.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-005, Vol. 61, No. 10

ISSN 0380-6146

Ottawa

Publication autorisée par le ministre de
l'Industrie, des Sciences et de la Technologie

• Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1990

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque
forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur
support magnétique, reproduction électronique, mécanique,
photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système
de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du
ministre des Approvisionnements et Services Canada.

Mars 1990

Prix: Canada, \$16.80, \$168.00 par année
Autres pays, \$20.20, \$202.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-005, vol. 61, n° 10

ISSN 0380-6146

Ottawa

Symbols

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- * The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2300/17, 2320, 2321), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **P.N. Triandafillou**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Distributive Trades Sub-division, Retail Trade Section, Industry Division

Signes conventionnels

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.
- * Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dus aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement; elles doivent par conséquent être utilisées avec circonspection.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2300/17, 2320, 2321), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **P.N. Triandafillou**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Table of Contents

	Page
Highlights	v
Chart	
Monthly Retail Trade Unadjusted and Seasonally Adjusted Canada, 1987-1989	vii
Monthly Retail Trade Seasonally Adjusted, in Current and Constant (1981) Dollars, Canada, 1987-1989	vii
Retail Trade, Cumulative Total by Kind of Organization, Canada, 1987-1989	viii
Distribution of Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Region and Selected Metropolitan Areas	ix

Table

Preliminary Estimates – Current Month

Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

1. Newfoundland	2
2. Prince Edward Island	4
3. Nova Scotia	6
4. New Brunswick	8
5. Québec	10
6. Metropolitan Montréal	12
7. Ontario	14
8. Metropolitan Toronto	16
9. Manitoba	18
10. Metropolitan Winnipeg	20
11. Saskatchewan	22
12. Alberta	24
13. British Columbia	26
14. Metropolitan Vancouver	28
15. Yukon and Northwest Territories	30
16. Canada	32

Revised Estimates – Previous Month

Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

17. Newfoundland	34
17. Prince Edward Island	35
18. Nova Scotia	36
18. New Brunswick	37
19. Québec	38
19. Metropolitan Montréal	39

Table des matières

	Page
Points saillants	v
Graphique	
Commerce de détail mensuel, non-désaisonnalisé et désaisonnalisé, Canada, 1987-1989	vii
Commerce de détail mensuel, désaisonnalisé, estimé en dollars courants et constants (1981), Canada, 1987-1989	vii
Commerce de détail, total cumulatif par type d'entreprise, Canada, 1987-1989	viii
Répartition du commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, par région et certaines zones métropolitaines	ix

Tableau

Estimations préliminaires – Le mois en cours

Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

1. Terre-Neuve	2
2. Île-du-Prince-Édouard	4
3. Nouvelle-Écosse	6
4. Nouveau-Brunswick	8
5. Québec	10
6. Zone métropolitaine de Montréal	12
7. Ontario	14
8. Zone métropolitaine de Toronto	16
9. Manitoba	18
10. Zone métropolitaine de Winnipeg	20
11. Saskatchewan	22
12. Alberta	24
13. Colombie-Britannique	26
14. Zone métropolitaine de Vancouver	28
15. Yukon et Territoires du Nord-Ouest	30
16. Canada	32

Estimations révisées – Le mois précédent

Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants suivant le genre de commerce

17. Terre-Neuve	34
17. Île-du-Prince-Édouard	35
18. Nouvelle-Écosse	36
18. Nouveau-Brunswick	37
19. Québec	38
19. Zone métropolitaine de Montréal	39

Table of Contents – Concluded

	Page
Table – Concluded	
20. Ontario	40
20. Metropolitan Toronto	41
21. Manitoba	42
21. Metropolitan Winnipeg	43
22. Saskatchewan	44
22. Alberta	45
23. British Columbia	46
23. Metropolitan Vancouver	47
24. Yukon and Northwest Territories	48
24. Canada	49

Supplementary data, retail trade

25. Retail Trade, Seasonally Adjusted, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area	52
26. Retail Trade, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area	54
27. Retail Trade, MCD and Combined, Seasonal and Trading Day Factors	56
28. Retail Trade, Canada, Current and Constant Dollar Estimates, 1987-1989	57
29. Retail Trade, by Kind of Business Group, Canada	58
30. Yukon	60
31. Northwest Territories	61

Appendix

I. Scope of the Survey	65
II. Definitions	67
Classification	67
III. Methodology	69
Sample	70
IV. Components of the Survey Universe	71
The Survey Master File	71
Chain and Department Store Component	71
Area File Component	72
V. Data Reliability	73
Sampling and Non-sampling Errors	73
Measures of Sampling and Non-Sampling Errors	73
Measures of Reliability, by Kind of Business and by Region	74
VI. Seasonal Adjustment	79
Revision Procedures	81
Number of Shopping Days	81
VII. Constant Dollar Estimates	83
Data Confidentiality	83
VIII. Kind of Business Composition used in Tables 1 to 27	85
IX. Grouping of Kinds of Business used in Tables 30 and 31	89

Selected Publications

Table des matières – fin

	Page
Tableau – fin	
20. Ontario	40
20. Zone métropolitaine de Toronto	41
21. Manitoba	42
21. Zone métropolitaine de Winnipeg	43
22. Saskatchewan	44
22. Alberta	45
23. Colombie-Britannique	46
23. Zone métropolitaine de Vancouver	47
24. Yukon et Territoires du Nord-Ouest	48
24. Canada	49

Données supplémentaires sur le commerce de détail

25. Commerce de détail, désaisonnalisé, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine	52
26. Commerce de détail par genre de commerce et par région et zone métropolitaine	54
27. Commerce de détail, MDC et coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux	56
28. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants, 1987-1989	57
29. Commerce de détail, par groupes de genres de commerce, Canada	58
30. Yukon	60
31. Territoires du Nord-Ouest	61

Appendice

I. Champ de l'enquête	65
II. Définitions	67
Classification	67
III. Méthodologie	69
Échantillon	70
IV. Éléments de l'univers de l'enquête	71
Fichier principal de l'enquête	71
Élément magasins à succursales et grands magasins	71
Élément fichier géographique (aréolaire)	72
V. Fiabilité des données	73
Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs	73
Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage	73
Mesure de la fiabilité, selon le genre de commerce et la région	74
VI. Désaisonnalisation	79
Procédures de révision	81
Nombre de jours commerciaux	81
VII. Estimations en dollars constants	83
Confidentialité des données	83
VIII. Composition par genre de commerce utilisé dans les tableaux 1 à 27	85
IX. Groupes de genres de commerce utilisés dans les tableaux 30 et 31	89

Choix de publications

Highlights

Note to Users

Changes to Retail Trade

Current estimates of retail trade result from a monthly survey designed and introduced in the early 1970's. The survey has come to underestimate by a significant margin the value of total sales. A new survey has been developed and conducted in "parallel" to the old survey since the January 1989 reference month. Estimates derived from the new survey are to be published starting with the January 1990 reference month.

The parallel run is being conducted to tune the new automated system, to adjust the processing procedures, to evaluate the quality of the new estimates and to provide a means of linking the new to the old estimates (at least for some of the highly aggregated series).

The major changes to be introduced with the new survey for January 1990 reference month are:

1. The new survey relies on a new and more up to date list of names and addresses of retail businesses. The list is designed in such a way that ultimately it will enable meaningful comparisons of monthly retail trade data with those from other surveys.
2. Data collection has been regionalized and respondents have the option of replying to the survey by telephone. This has resulted in significantly higher response rates.
3. Estimates will be published for 16 trade groups for Canada and total retail sales for the provinces and territories. Work is progressing to produce estimates of trade groups by province as well as for total retail trade for a limited number of major metropolitan areas. A decision on publishing this information is not expected before the Fall of 1990.
4. The new survey is based upon the 1980 version of the Standard Industrial Classification and the 1986 version of the Standard Geographical Classification.

Faits saillants

Note aux utilisateurs

Changements au Commerce de détail

Les estimations courantes du commerce de détail sont obtenues à partir d'une enquête mensuelle qui fut conçue et lancée au début des années 1970. Au fil des ans, la valeur totale des ventes mesurée par l'enquête a été considérablement sous-estimée. Aussi une nouvelle enquête a été élaborée et est menée en "parallèle" avec l'ancienne enquête depuis le mois de référence de janvier 1989. Nous prévoyons publier les estimations provenant de la nouvelle enquête à partir du mois de référence de janvier 1990.

L'enquête en parallèle doit permettre la mise au point du nouveau système automatisé, le redressement des procédures de traitement, l'évaluation de la qualité des nouvelles estimations et le raccordement des nouvelles estimations avec les anciennes (au moins pour certaines des séries les plus agrégées).

Pour le mois de référence de janvier 1990, les principaux changements qui déroulent de l'enquête remaniée sont les suivants:

1. La nouvelle enquête s'appuie sur une nouvelle liste à jour de noms et d'adresses de détaillants. La liste a été conçue de telle sorte qu'elle permettra en fin de compte de vraiment comparer les données mensuelles du commerce de détail avec celles provenant d'autres enquêtes.
2. La collecte des données relève des bureaux régionaux et les répondants ont la possibilité de répondre à l'enquête par téléphone. Il en est résulté des taux de réponse sensiblement plus élevés.
3. Les estimations seront publiées pour 16 groupes de commerce au niveau du Canada et les ventes totales du commerce de détail, au niveau des provinces et des territoires. On travaille actuellement à produire des estimations ventilées par groupe de commerce selon la province ainsi que pour la valeur totale du commerce de détail pour un nombre restreint des principales régions métropolitaines. Toutefois, la décision de publier ces données ne sera pas prise avant l'automne de 1990.
4. La nouvelle enquête est basée sur la Classification type des industries de 1980 et sur la Classification géographique type de 1986.

Seasonally Adjusted Sales

- Preliminary estimates indicate that retail sales decreased 1.3% in October 1989 to \$14.5 billion. Excluding new and used motor vehicle dealers, retail trade remained unchanged in October 1989 following a 0.4% increase in September.
- The 1.3% decline in October followed an increase of 2.0% in September and a decrease of 0.1% in August. The decline in October extended the trend of generally weak sales observed since the beginning of the year.
- The overall decline in October was primarily attributable, in order of dollar impact, to decreases reported by motor vehicle dealers (-6.2%), general merchandise stores (-6.5%) and womens clothing stores (-2.4%). Partly offsetting these decreases were increases by department stores (+2.0%) and pharmacies, patent medicine and cosmetic stores (+1.5%).
- The decline in sales reported by motor vehicle dealers followed two consecutive monthly increases whereas the gain reported by department stores followed a 1.4% decline in September 1989. Service stations increased by 0.3%, the fourth consecutive monthly increase.
- On a provincial basis, seven provinces posted sales decreases, ranging from 6.0% in Nova Scotia to 1.0% in Ontario. Increases in sales occurred in the Yukon and Northwest Territories (+2.5%), British Columbia (+0.9%), Alberta and New Brunswick (+0.4%).
- Unadjusted cumulative retail sales for the first ten months of 1989 amounted to \$139.7 billion, up 5.0% over the corresponding period in 1988.

Constant Dollars Estimates

- Deflated with an implicit price index of 140.5, retail sales for October 1989, not seasonally adjusted, decreased by 1.7% from the same month a year ago and totalled \$10.2 billion in constant (1981) dollars. The seasonally adjusted value, deflated with an index of 141.0, decreased 1.3% in October 1989 over the revised adjusted sales for September, to reach \$10.3 billion in constant (1981) dollars.

Ventes désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires d'octobre 1989, les ventes au détail ont enregistré une baisse de 1.3% pour totaliser \$14.5 milliards. En excluant les concessionnaires d'automobiles neuves et usagées, le commerce de détail est demeuré inchangé en octobre 1989, suite à une hausse de 0.4% en septembre.
- La baisse de 1.3% en octobre, fait suite à une hausse de 2.0% en septembre et une baisse de 0.1% en août. La diminution d'octobre a accentué la tendance généralement faible observée depuis le début de l'année.
- Par ordre d'importance en dollars, la diminution globale en octobre est d'abord attribuable à la baisse signalée par les concessionnaires d'automobiles neuves (-6.2%), les magasins de marchandises diverses (-6.5%) et les magasins de vêtements pour dames (-2.4%). Ces baisses ont été partiellement contrebalancées par les hausses rapportées par les grands magasins (+2.0%) et les pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté (+1.5%).
- La diminution dans les ventes de concessionnaires d'automobiles neuves fait suite à deux gains mensuels consécutifs, tandis que la hausse enregistré par les grands magasins fait suite à une baisse de 1.4% en septembre 1989. Les stations-service se sont accrues de 0.3%, la quatrième augmentation mensuelle consécutive.
- Sur une base provinciale, sept provinces ont enregistré des baisses s'échelonnant de 6.0% en Nouvelle-Écosse à 1.0% en Ontario. Des hausses ont été observées au Yukon et dans les Territoires du Nord-Ouest (+2.5%), la Colombie-Britannique (+0.9%) et l'Alberta et le Nouveau-Brunswick (+0.4%).
- Sur une base cumulative, les ventes non ajustées se chiffrent à \$139.7 milliards, en hausse de 5.0% par rapport aux dix premiers mois de l'année dernière.

Estimations en dollars constants

- Dégonflées à l'aide d'un indice implicite de 140.5 les ventes au détail non désaisonnalisées pour le mois d'octobre 1989 ont diminué de 1.7% par rapport au mois correspondant de l'an passé et ont totalisé \$10.2 milliards en dollars constants (1981). La valeur désaisonnalisée des ventes, dégonflée à l'aide d'un indice de 141.0, a enregistré une baisse de 1.3% par rapport aux ventes désaisonnalisées révisées de septembre 1989 et s'est chiffrée à \$10.3 milliards en dollars constants de 1981.

Chart - 1

Graphique - 1

Monthly Retail Trade, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1987-1989

Commerce de détail mensuel, non désaisonné et désaisonné, Canada, 1987-1989

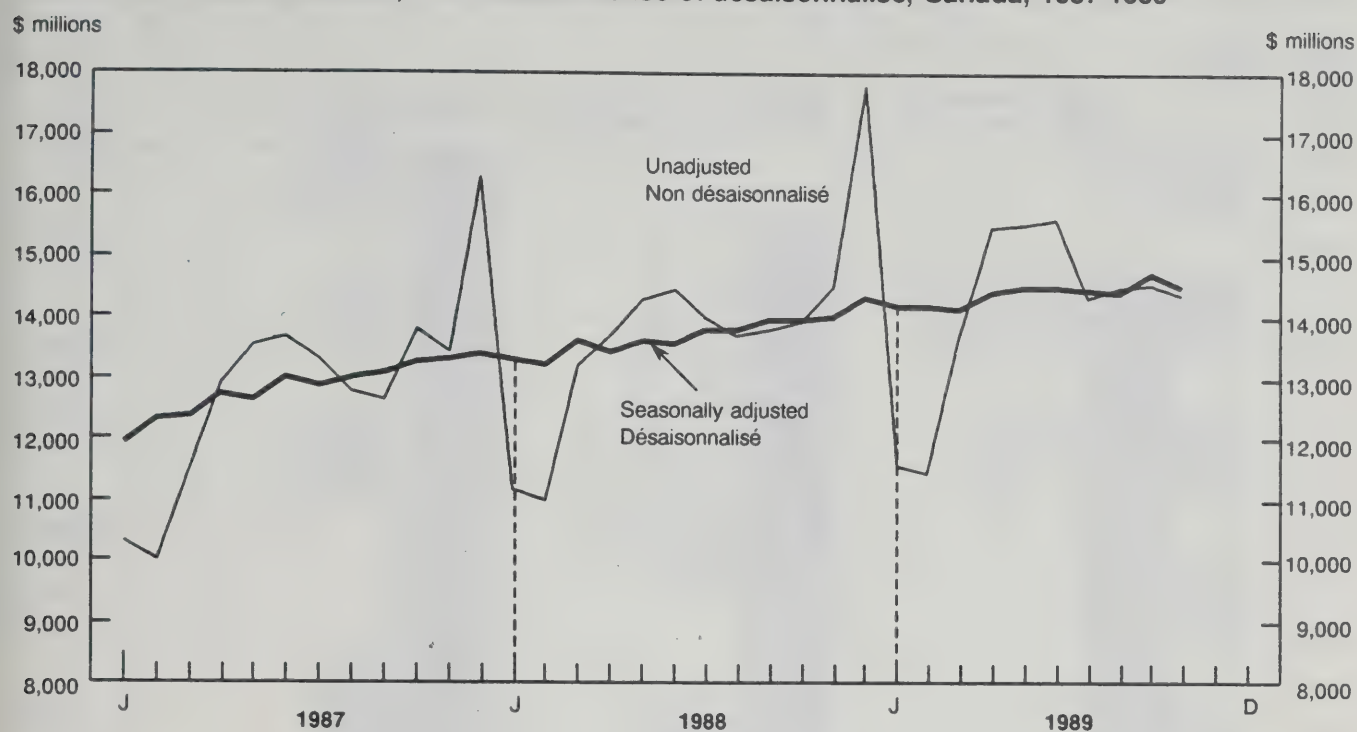


Chart - 2

Graphique - 2

Monthly Retail Trade, Seasonally Adjusted, in Current and Constant (1981) Dollars, Canada, 1987-1989

Commerce de détail mensuel, désaisonné, estimé en dollars courants et constants (1981), Canada, 1987-1989

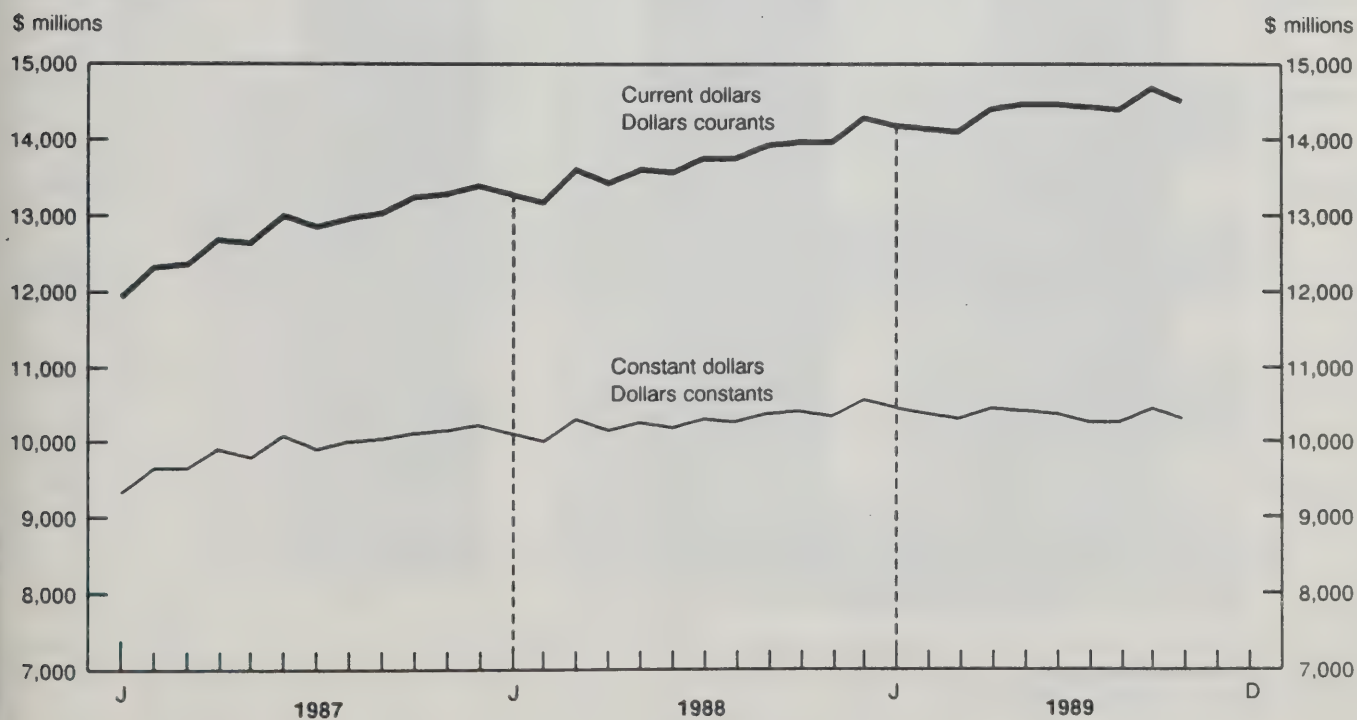
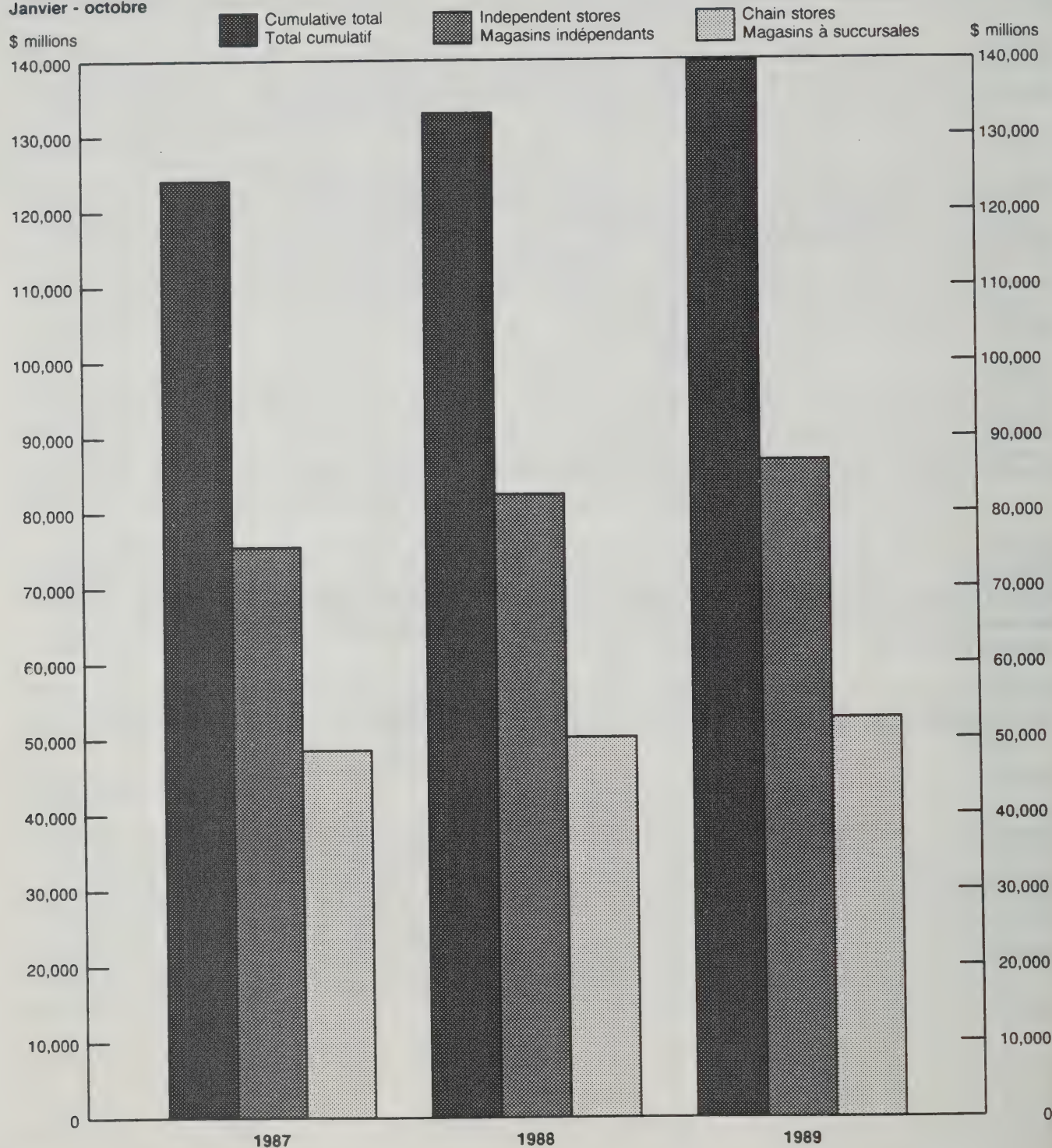


Chart - 3

Retail Trade, Cumulative Total by Kind of Organisation, Canada, 1987-1989 ¹
Commerce de détail, total cumulatif par type d'entreprise, Canada, 1987-1989 ¹

January - October
Janvier - octobre

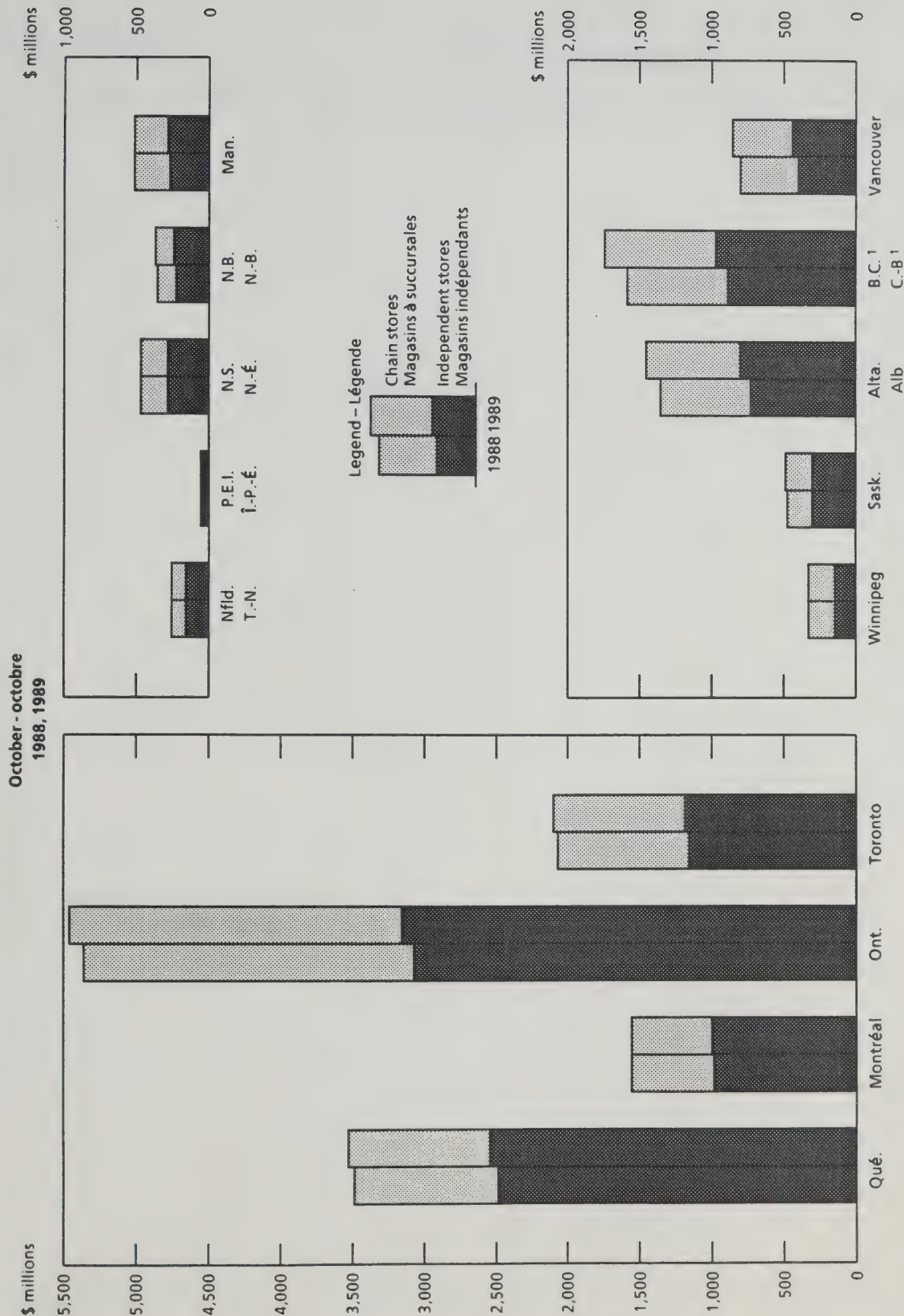


¹ Based on preliminary estimates.

¹ D'après des estimations préliminaires.

Distribution of Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Region and Selected Metropolitan Areas

Répartition du commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, par région et certaines zones métropolitaines

¹ B.C. includes sales from Yukon and Northwest Territories.¹ C.-B. inclut les ventes du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest.

Statistical Tables

Retail Trade, Unadjusted, by Region and Kind of Business

Tableaux statistiques

Commerce de détail, données brutes, par région et genre de commerce

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 1. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Newfoundland

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	35,748	- 4.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	32,452	+ 6.9
3	All other food stores	x	x	x	x	3,412	+ 31.4
4	Department stores	14,055	+ 4.7	-	-	14,055	+ 4.7
5	General merchandise stores	x	x	x	x	13,977	- 1.2
6	General stores	x	x	x	x	8,995	+ 3.2
7	Variety stores	x	x	x	x	5,882	+ 4.2
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	42,443	- 5.5
9	Used car dealers	-	-	918*	...	918*	...
10	Service stations	x	x	x	x	27,974	+ 5.9
11	Garages	-	-	1,778	+ 16.0	1,778	+ 16.0
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	6,298	+ 6.9	6,298	+ 6.9
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	942	+ 3.0
14	Women's clothing stores	3,247	+ 4.4	317	+ 7.0	3,563	+ 4.6
15	Family clothing stores	4,971	+ 0.1	2,545	+ 9.6	7,516	+ 3.1
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	3,197	+ 20.9	3,197	+ 20.9
19	Household furniture stores	x	x	x	x	2,528	- 4.7
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	4,650	+ 11.5	368	- 6.1	5,018	+ 10.0
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	3,150	+ 25.3	14,998	+ 14.3	18,148	+ 16.1
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	530	+ 9.0
24	Florists	x	x	x	x	x	x
25	Jewellery stores	620	- 6.6	391	+ 10.9	1,011	- 0.5
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	1,529	+ 13.0
27	Personal accessories stores	668	+ 11.0	785	+ 18.2	1,453	+ 14.8
28	All other stores	8,631	- 5.0	13,419	+ 30.8	22,050	+ 14.0
29	All stores	104,484	+ 1.6	158,867	+ 5.1	263,350	+ 3.6

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 1. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Terre-Neuve

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	394,310	+ 4.6	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	333,032	+ 16.0	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	29,629	+ 5.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
116,430	+ 4.2	-	-	116,430	+ 4.2	Grands magasins	4
x	x	x	x	115,949	+ 3.7	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	89,240	+ 9.4	Magasins généraux	6
x	x	x	x	51,285	+ 3.8	Bazars	7
x	x	x	x	498,887	+ 1.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	9,392	- 6.0	9,392	- 6.0	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	278,679	+ 4.6	Stations-service	10
-	-	19,331	+ 19.0	19,331	+ 19.0	Garages	11
-	-	65,610	+ 7.4	65,610	+ 7.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	8,136	+ 12.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
30,517	+ 14.3	3,219	+ 23.3	33,736	+ 15.1	Magasins de vêtements pour dames	14
44,167	- 3.3	19,242	+ 11.7	63,410	+ 0.7	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	30,887*	...	30,887*	...	Quincailleries	18
x	x	x	x	21,726	- 0.1	Magasins de meubles	19
-	-	x	x	x	x	Magasins d'appareils ménagers	20
38,058	+ 17.0	2,517	+ 10.6	40,575	+ 16.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
27,457	+ 29.0	146,687	+ 11.1	174,144	+ 13.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	5,362	+ 17.4	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	x	x	Fleuristes	24
6,559	+ 15.2	3,594	+ 34.7	10,153	+ 21.4	Bijouteries	25
x	x	x	x	16,574	+ 6.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
6,993	+ 14.3	6,606	+ 17.3	13,599	+ 15.7	Magasins d'accessoires personnels	27
83,914	+ 4.3	111,428	+ 15.9	195,342	+ 10.6	Tous les autres magasins	28
1,006,377	+ 5.1	1,628,155	+ 8.6	2,634,532	+ 7.3	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 2. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Prince Edward Island

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	7,722	- 5.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	2,832	+ 24.6
3	All other food stores	x	x	x	x	325	- 0.5
4	Department stores	7,055	+ 1.0	-	-	7,055	+ 1.0
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	-	-	1,737	+ 7.9	1,737	+ 7.9
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	13,055	+ 0.3	13,055	+ 0.3
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	x	x	x	x	4,601	+ 13.0
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	1,887	- 1.4
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	329	- 5.5	520	+ 7.4	849	+ 2.0
15	Family clothing stores	x	x	x	x	606*	...
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	932	+ 15.8	932	+ 15.8
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	395	- 0.5	395	- 0.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	3,739	+ 1.0
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	600	+ 4.7
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	537	+ 0.8
28	All other stores	x	x	x	x	7,543	+ 0.9
29	All stores	19,288	- 4.3	40,194	+ 4.9	59,482	+ 1.7

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 2. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Île-du-Prince-Édouard

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	84,983	+ 1.2	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	28,957	+ 14.3	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	3,854	+ 4.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
65,754	+ 1.8	-	-	65,754	+ 1.8	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	16,367	+ 14.9	16,367	+ 14.9	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	131,059	- 2.0	131,059	- 2.0	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	42,953	+ 27.4	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	18,581	- 0.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
3,320	- 5.6	5,439	+ 13.7	8,759	+ 5.5	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	6,921	+ 12.7	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	8,851	+ 18.9	8,851	+ 18.9	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	3,758	+ 12.1	3,758	+ 12.1	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	37,173	+ 7.7	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
x	x	x	x	6,010	+ 13.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	7,721	+ 10.7	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	76,364	+ 4.7	Tous les autres magasins	28
195,937	+ 2.3	397,795	+ 6.0	593,732	+ 4.8	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 3. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Nova Scotia

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		'All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	91,830	- 7.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	16,915	- 0.4
3	All other food stores	x	x	x	x	5,959	+ 0.1
4	Department stores	38,484	+ 1.5	-	-	38,484	+ 1.5
5	General merchandise stores	15,163	- 3.9	2,780	+ 0.8	17,943	- 3.2
6	General stores	-	-	6,028	--	6,028	--
7	Variety stores	4,466	- 7.6	362	- 6.8	4,829	- 7.5
8	Motor vehicle dealers	-	-	91,811	- 0.9	91,811	- 0.9
9	Used car dealers	-	-	3,381	+ 0.1	3,381	+ 0.1
10	Service stations	x	x	x	x	45,014	+ 12.2
11	Garages	-	-	2,097*	...	2,097*	...
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	11,223	+ 2.9
13	Men's clothing stores	2,185	+ 1.6	2,309*	...	4,494*	+ 21.7
14	Women's clothing stores	4,620	- 7.9	2,940	- 1.6	7,560	- 5.5
15	Family clothing stores	2,393	- 1.4	3,147	- 0.3	5,540	- 0.8
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	612	- 15.1
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,463	+ 8.4
18	Hardware stores	-	-	4,813	- 1.0	4,813	- 1.0
19	Household furniture stores	x	x	x	x	2,873	- 1.5
20	Household appliance stores	x	x	x	x	917	- 17.0
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	2,854	- 18.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	29,810	+ 5.2
23	Book and stationery stores	1,731	- 18.6	1,442	- 12.1	3,173	- 15.8
24	Florists	x	x	x	x	1,238	+ 7.8
25	Jewellery stores	1,756	- 10.2	340	- 7.2	2,095	- 9.7
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	2,991	- 14.9
27	Personal accessories stores	1,398	+ 9.3	5,268	- 6.4	6,667	- 3.5
28	All other stores	26,960	+ 2.9	28,186	+ 3.8	55,146	+ 3.3
29	All stores	180,969	- 4.6	287,789	+ 1.9	468,758	- 0.7

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 3. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Nouvelle-Écosse

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,021,031	+ 6.8	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	169,622	+ 3.7	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	59,628	+ 20.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
326,089	+ 3.6	-	-	326,089	+ 3.6	Grands magasins	4
117,629	- 0.1	25,101	- 1.0	142,730	- 0.2	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	58,720	- 0.9	58,720	- 0.9	Magasins généraux	6
35,212	- 7.6	3,457	- 8.0	38,669	- 7.7	Bazars	7
-	-	965,314	- 1.2	965,314	- 1.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	34,609	+ 0.7	34,609	+ 0.7	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	428,702	+ 0.4	Stations-service	10
-	-	18,046	- 7.4	18,046	- 7.4	Garages	11
x	x	x	x	106,208	+ 3.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
16,527	+ 7.6	19,528	+ 21.2	36,055	+ 14.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
44,875	+ 4.0	26,857	- 0.2	71,732	+ 2.3	Magasins de vêtements pour dames	14
21,395	+ 12.0	26,674	+ 2.1	48,069	+ 6.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	5,902	+ 3.6	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	21,954	+ 1.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	48,852	+ 13.7	48,852	+ 13.7	Quincailleries	18
x	x	x	x	28,385	- 11.2	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	7,380	- 10.3	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	28,159	- 7.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	285,249	+ 10.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
17,528	+ 8.3	13,558	- 1.8	31,087	+ 3.6	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	14,548	+ 23.5	Fleuristes	24
17,498	+ 1.4	3,712	+ 9.2	21,210	+ 2.6	Bijouteries	25
x	x	x	x	32,047	+ 17.7	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
12,227	+ 15.7	50,855	+ 10.6	63,082	+ 11.5	Magasins d'accessoires personnels	27
273,827	+ 9.3	297,354	+ 16.7	571,181	+ 13.0	Tous les autres magasins	28
1,796,462	+ 4.3	2,887,796	+ 4.4	4,684,258	+ 4.4	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 4. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

New Brunswick

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	60,710	+ 2.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	15,627	+ 2.6
3	All other food stores	x	x	x	x	4,083	- 4.4
4	Department stores	25,397	+ 0.8	-	-	25,397	+ 0.8
5	General merchandise stores	10,127	- 3.5	3,634	+ 4.2	13,761	- 1.6
6	General stores	-	-	12,728	+ 6.1	12,728	+ 6.1
7	Variety stores	4,312	- 18.9	733	+ 1.9	5,046	- 16.4
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	69,475	+ 9.6
9	Used car dealers	-	-	3,306	+ 17.1	3,306	+ 17.1
10	Service stations	2,467*	...	37,589	+ 2.9	40,056*	+ 4.5
11	Garages	-	-	3,488*	...	3,488*	...
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	9,053	+ 0.3	9,053	+ 0.3
13	Men's clothing stores	1,561	+ 3.2	990	- 8.7	2,551	- 1.7
14	Women's clothing stores	4,263	- 7.4	2,320	+ 5.3	6,583	- 3.3
15	Family clothing stores	3,767	+ 7.8	1,504	- 11.5	5,271	+ 1.5
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	5,154	+ 4.0	5,154	+ 4.0
19	Household furniture stores	x	x	x	x	5,143	- 0.6
20	Household appliance stores	x	x	x	x	1,132	- 8.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	2,209	+ 31.9	21,704	+ 7.3	23,913	+ 9.2
23	Book and stationery stores	1,217	- 4.1	566	+ 12.7	1,784	+ 0.6
24	Florists	x	x	x	x	1,108	+ 14.8
25	Jewellery stores	1,271	+ 9.7	744*	...	2,015*	- 5.3
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,765	+ 31.4
27	Personal accessories stores	929	- 2.4	1,549	+ 12.3	2,478	+ 6.3
28	All other stores	15,771	+ 2.5	20,663	- 3.9	36,434	- 1.2
29	All stores	122,909	- 1.4	241,909	+ 7.0	364,818	+ 4.0

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 4. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Nouveau-Brunswick

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	613,762	+ 3.8	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	159,190	+ 4.9	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	43,250	- 0.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
219,552	+ 4.4	-	-	219,552	+ 4.4	Grands magasins	4
77,774	+ 2.6	33,245	+ 3.9	111,019	+ 3.0	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	118,402	+ 5.7	118,402	+ 5.7	Magasins généraux	6
34,381	- 14.8	4,850	+ 0.9	39,231	- 13.1	Bazars	7
x	x	x	x	696,747	+ 6.4	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	32,518	+ 12.0	32,518	+ 12.0	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
22,545*	...	356,564	- 0.2	379,109*	+ 1.4	Stations-service	10
-	-	30,625*	...	30,625*	...	Garages	11
-	-	83,744	+ 12.8	83,744	+ 12.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
12,776	+ 10.3	10,500	+ 17.5	23,276	+ 13.4	Magasins de vêtements pour hommes	13
38,693	+ 1.9	23,239	+ 13.0	61,932	+ 5.8	Magasins de vêtements pour dames	14
33,503*	...	13,755	- 5.5	47,258*	+ 22.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	48,095	+ 19.2	48,095	+ 19.2	Quincailleries	18
x	x	x	x	45,871	+ 25.5	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	9,080	- 2.5	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
18,201	+ 25.0	208,700	+ 9.4	226,901	+ 10.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
12,832	+ 5.2	5,355	+ 17.4	18,187	+ 8.5	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	13,321	+ 13.9	Fleuristes	24
12,065	+ 12.2	7,164	- 1.1	19,229	+ 6.8	Bijouteries	25
x	x	x	x	39,328	+ 23.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
8,777*	...	14,980	+ 18.9	23,758*	+ 25.1	Magasins d'accessoires personnels	27
166,910	+ 9.9	186,322	- 5.5	353,232	+ 1.1	Tous les autres magasins	28
1,193,789	+ 5.9	2,303,403	+ 5.7	3,497,192	+ 5.8	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 5. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Quebec

October - 1989 - Octobre

No	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	540,953	- 0.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	252,394	- 2.5
3	All other food stores	4,479	- 1.7	91,119	- 1.4	95,598	- 1.4
4	Department stores	215,697	- 2.5	-	-	215,697	- 2.5
5	General merchandise stores	x	x	x	x	37,170	- 0.7
6	General stores	x	x	x	x	37,545	+ 9.1
7	Variety stores	x	x	x	x	26,963	+ 4.6
8	Motor vehicle dealers	-	-	724,991	+ 3.0	724,991	+ 3.0
9	Used car dealers	-	-	30,231	- 5.6	30,231	- 5.6
10	Service stations	68,342	+ 3.2	270,374	+ 4.9	338,715	+ 4.6
11	Garages	-	-	61,523	- 1.5	61,523	- 1.5
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	72,636	+ 0.4
13	Men's clothing stores	17,955	- 4.5	17,553	- 19.3	35,508	- 12.4
14	Women's clothing stores	48,111	- 6.7	34,995	+ 1.9	83,106	- 3.2
15	Family clothing stores	51,098	+ 4.3	32,611	+ 4.8	83,710	+ 4.5
16	Specialty shoe stores	6,846	- 2.7	6,114	+ 29.0	12,960	+ 10.0
17	Family shoe stores	36,751	- 15.1	12,084	- 8.9	48,835	- 13.7
18	Hardware stores	x	x	x	x	61,321	+ 9.6
19	Household furniture stores	14,337	+ 19.7	39,513	- 3.9	53,850	+ 1.4
20	Household appliance stores	-	-	14,026	- 1.2	14,026	- 1.2
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	16,479	+ 13.3	34,238	+ 8.0	50,718	+ 9.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	36,245	- 6.4	103,662	+ 10.6	139,907	+ 5.6
23	Book and stationery stores	5,077	+ 7.2	17,489	- 0.2	22,566	+ 1.3
24	Florists	-	-	10,930	+ 12.3	10,930	+ 12.3
25	Jewellery stores	4,272	- 17.4	8,886	+ 8.0	13,158	- 1.8
26	Sporting goods and accessories stores	4,934	- 3.1	50,389	+ 2.3	55,323	+ 1.8
27	Personal accessories stores	16,883	+ 0.5	34,533	+ 9.5	51,417	+ 6.4
28	All other stores	140,446	--	218,167	+ 3.2	358,614	+ 1.9
29	All stores	987,912	- 0.9	2,542,451	+ 2.0	3,530,363	+ 1.2

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 5. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Québec

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	5,480,271	+ 1.9	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	2,483,859	- 1.5	Épicerie, confiseries et articles divers	2
50,492	+ 18.0	922,879	+ 1.2	973,371	+ 1.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,925,136	+ 1.7	-	-	1,925,136	+ 1.7	Grands magasins	4
x	x	x	x	277,091	+ 2.0	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	359,030	+ 18.9	Magasins généraux	6
x	x	x	x	235,121	- 9.8	Bazars	7
-	-	7,453,160	- 2.1	7,453,160	- 2.1	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	342,072	- 2.5	342,072	- 2.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
669,645	+ 6.0	2,569,404	+ 4.1	3,239,048	+ 4.5	Stations-service	10
-	-	574,242	- 6.3	574,242	- 6.3	Garages	11
x	x	x	x	668,899	+ 11.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
139,949	+ 0.7	158,705	- 5.5	298,654	- 2.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
435,109	+ 3.5	330,342	+ 2.9	765,451	+ 3.2	Magasins de vêtements pour dames	14
433,581	+ 13.6	292,698	+ 16.6	726,280	+ 14.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
57,425	+ 19.2	47,046*	...	104,471*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
281,254	- 0.7	90,991	- 0.9	372,245	- 0.8	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	597,516	+ 6.8	Quincailleries	18
125,162	+ 11.8	417,102	- 6.7	542,264	- 3.0	Magasins de meubles	19
-	-	143,770	+ 6.5	143,770	+ 6.5	Magasins d'appareils ménagers	20
174,366	+ 17.9	335,228	- 5.3	509,594	+ 1.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
355,729	- 0.4	1,005,988	+ 13.5	1,361,717	+ 9.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
53,898	+ 7.3	169,042	+ 6.1	222,940	+ 6.4	Librairies et papeteries	23
-	-	121,697	+ 11.1	121,697	+ 11.1	Fleuristes	24
41,732	- 3.6	87,053	- 0.4	128,785	- 1.5	Bijouteries	25
52,838	+ 0.8	668,188	+ 6.3	721,025	+ 5.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
171,904	+ 11.8	329,063	+ 1.0	500,968	+ 4.5	Magasins d'accessoires personnels	27
1,328,078	+ 1.7	2,244,917	+ 9.8	3,572,995	+ 6.6	Tous les autres magasins	28
9,159,067	+ 2.0	25,542,606	+ 2.3	34,701,673	+ 2.2	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 6. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Montreal

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	252,537	- 2.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	93,302	- 6.6
3	All other food stores	1,872	+ 0.3	49,888	+ 0.3	51,760	+ 0.3
4	Department stores	119,711	- 7.1	-	-	119,711	- 7.1
5	General merchandise stores	x	x	x	x	9,882	+ 5.2
6	General stores	-	-	6,632*	...	6,632*	...
7	Variety stores	x	x	x	x	8,364	- 0.4
8	Motor vehicle dealers	-	-	311,465	+ 2.1	311,465	+ 2.1
9	Used car dealers	-	-	9,652	- 9.0	9,652	- 9.0
10	Service stations	32,929	+ 12.2	81,546	+ 0.2	114,475	+ 3.4
11	Garages	-	-	14,206	+ 8.7	14,206	+ 8.7
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	26,739	+ 2.1
13	Men's clothing stores	12,684	- 2.9	6,116*	...	18,800*	- 12.5
14	Women's clothing stores	26,458	- 5.7	14,604	+ 4.9	41,062	- 2.1
15	Family clothing stores	27,199	- 0.1	9,379*	...	36,578*	+ 7.6
16	Specialty shoe stores	5,042	- 0.5	3,960*	...	9,002*	...
17	Family shoe stores	19,232	- 15.5	6,810	- 9.9	26,042	- 14.1
18	Hardware stores	x	x	x	x	30,250	+ 7.0
19	Household furniture stores	8,928	+ 20.3	16,366	- 0.2	25,294	+ 6.1
20	Household appliance stores	-	-	5,919	- 8.7	5,919	- 8.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	17,647	- 5.1
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	22,374	- 13.5	48,213	+ 10.7	70,587	+ 1.7
23	Book and stationery stores	3,244	+ 16.7	8,868	+ 2.7	12,112	+ 6.1
24	Florists	-	-	5,684	+ 14.1	5,684	+ 14.1
25	Jewellery stores	3,210	- 11.0	3,790	+ 10.7	7,000	- 0.4
26	Sporting goods and accessories stores	3,226	- 5.5	14,202	- 7.2	17,428	- 6.9
27	Personal accessories stores	11,098	- 3.1	16,187	+ 24.3	27,285	+ 11.4
28	All other stores	97,389	- 2.5	90,145	+ 2.9	187,535	-
29	All stores	560,403	- 3.1	996,546	+ 1.5	1,556,949	- 0.2

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 6. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Montréal

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	2,533,177	+ 1.9	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	893,310	- 7.5	Épicerie, confiseries et articles divers	2
21,508	+ 5.0	483,492	- 0.4	505,001	- 0.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,066,936	- 1.2	-	-	1,066,936	- 1.2	Grands magasins	4
x	x	x	x	75,382	+ 14.0	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	63,399*	...	63,399*	...	Magasins généraux	6
x	x	x	x	78,731	- 4.4	Bazars	7
-	-	3,227,156	- 3.2	3,227,156	- 3.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	109,163	- 9.8	109,163	- 9.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
330,417	+ 17.8	791,387	- 8.6	1,121,804	- 2.2	Stations-service	10
-	-	133,068	- 11.2	133,068	- 11.2	Garages	11
x	x	x	x	236,829	+ 11.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
98,736	+ 1.4	56,591	- 12.2	155,328	- 3.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
240,309	+ 1.8	136,668	+ 0.4	376,977	+ 1.3	Magasins de vêtements pour dames	14
233,887	+ 9.4	89,693*	...	323,580*	+ 18.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
42,016	+ 25.6	29,986*	...	72,002*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
149,186	- 4.0	50,615	- 2.6	199,801	- 3.6	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	290,635	+ 1.2	Quincailleries	18
78,128	+ 11.6	178,966	- 7.9	257,093	- 2.7	Magasins de meubles	19
-	-	59,027	+ 3.0	59,027	+ 3.0	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	190,461	- 3.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
217,809	- 6.4	462,207	+ 10.3	680,016	+ 4.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
34,288	+ 11.8	89,149	+ 8.4	123,437	+ 9.3	Librairies et papeteries	23
-	-	56,782	+ 15.7	56,782	+ 15.7	Fleuristes	24
30,636	- 0.1	38,054	- 3.6	68,690	- 2.1	Bijouteries	25
32,791	+ 3.2	194,549	- 6.3	227,340	- 5.0	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
111,833	+ 3.1	145,624	+ 9.9	257,457	+ 6.9	Magasins d'accessoires personnels	27
936,642	+ 1.7	914,311	+ 7.0	1,850,953	+ 4.3	Tous les autres magasins	28
5,260,011	+ 1.5	9,973,523	- 0.1	15,233,534	+ 0.4	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 7. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Ontario

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	566,833	- 4.3	295,407	+ 9.2	862,240	--
2	Grocery confectionery and sundries stores	117,976	- 2.7	110,267	+ 3.6	228,243	+ 0.2
3	All other food stores	13,476	+ 1.4	76,867	+ 0.8	90,343	+ 0.9
4	Department stores	461,596	- 0.4	-	-	461,596	- 0.4
5	General merchandise stores	106,977	- 2.0	33,514	+ 18.1	140,491	+ 2.1
6	General stores	x	x	x	x	19,663	- 5.0
7	Variety stores	21,274	+ 4.8	3,514	- 3.8	24,788	+ 3.5
8	Motor vehicle dealers	-	-	1,271,591	+ 1.5	1,271,591	+ 1.5
9	Used car dealers	-	-	38,357	- 2.8	38,357	- 2.8
10	Service stations	155,798	+ 16.0	219,969	+ 3.4	375,766	+ 8.3
11	Garages	x	x	x	x	68,776	+ 7.0
12	Automotive parts and accessories stores	3,604	- 6.9	143,978	+ 0.3	147,582	+ 0.1
13	Men's clothing stores	43,162	+ 1.7	24,300	- 3.3	67,462	- 0.1
14	Women's clothing stores	79,744	- 4.4	31,387	- 3.5	111,131	- 4.2
15	Family clothing stores	45,983	+ 2.4	13,280	+ 4.2	59,263	+ 2.8
16	Specialty shoe stores	5,904	- 3.2	3,143	- 9.2	9,047	- 5.4
17	Family shoe stores	33,932	+ 10.9	12,126	+ 1.2	46,058	+ 8.2
18	Hardware stores	x	x	x	x	52,416	+ 4.7
19	Household furniture stores	19,188	+ 4.4	56,717	+ 4.3	75,905	+ 4.3
20	Household appliance stores	5,936	+ 5.0	21,554	+ 3.2	27,489	+ 3.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	36,268	- 11.4	11,486	+ 1.9	47,754	- 8.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	102,433	+ 9.3	168,667	+ 7.5	271,100	+ 8.2
23	Book and stationery stores	16,606	--	13,991	+ 3.8	30,597	+ 1.7
24	Florists	978	- 14.3	21,024	+ 2.4	22,002	+ 1.5
25	Jewellery stores	17,980	- 3.9	19,756	+ 7.5	37,735	+ 1.7
26	Sporting goods and accessories stores	21,592	+ 9.4	42,223	+ 13.7	63,815	+ 12.2
27	Personal accessories stores	42,648	- 1.0	58,217	+ 3.3	100,865	+ 1.4
28	All other stores	364,806	+ 1.5	342,726	+ 2.9	707,531	+ 2.2
29	All stores	2,296,621	+ 0.1	3,162,988	+ 3.2	5,459,609	+ 1.8

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 7. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Ontario

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
5,954,893	+ 2.0	2,972,334	+ 15.0	8,927,227	+ 6.0	Épicerie - Boucheries	1
1,162,727	- 1.0	1,078,534	+ 2.7	2,241,261	+ 0.7	Épicerie, confiseries et articles divers	2
148,034	+ 9.0	758,644	+ 7.0	906,679	+ 7.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
4,172,707	+ 5.4	-	-	4,172,707	+ 5.4	Grands magasins	4
885,863	+ 2.9	337,211	+ 23.5	1,223,074	+ 7.9	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	185,839	+ 1.6	Magasins généraux	6
181,142	- 0.6	36,538	- 0.7	217,680	- 0.6	Bazars	7
-	-	12,551,495	+ 2.1	12,551,495	+ 2.1	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	370,048	+ 1.6	370,048	+ 1.6	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,552,870	+ 13.0	2,207,206	- 2.8	3,760,075	+ 3.1	Stations-service	10
x	x	x	x	652,831	+ 4.1	Garages	11
33,056	+ 0.5	1,493,863	+ 12.6	1,526,919	+ 12.3	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
338,960	+ 7.7	217,810	+ 1.8	556,770	+ 5.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
718,142	+ 1.9	281,952	- 2.8	1,000,093	+ 0.5	Magasins de vêtements pour dames	14
390,882	+ 5.7	119,505	+ 2.2	510,387	+ 4.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
56,332	- 17.7	31,381	+ 1.3	87,713	- 11.7	Magasins de chaussures spécialisées	16
288,324	+ 12.3	114,366	+ 6.6	402,689	+ 10.6	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	520,793	+ 13.5	Quincailleries	18
181,013	+ 7.5	542,341	+ 13.7	723,354	+ 12.1	Magasins de meubles	19
55,671	+ 13.5	204,752	+ 1.2	260,423	+ 3.6	Magasins d'appareils ménagers	20
374,577	+ 4.4	109,621	+ 5.6	484,198	+ 4.6	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
971,430	+ 21.0	1,607,524	+ 3.3	2,578,955	+ 9.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
172,673	+ 7.5	134,590	+ 11.3	307,263	+ 9.1	Librairies et papeteries	23
11,548	- 10.9	225,732	+ 10.2	237,280	+ 9.0	Fleuristes	24
168,458	+ 2.2	189,250	+ 7.5	357,708	+ 5.0	Bijouteries	25
211,434	+ 8.2	572,016	+ 2.4	783,450	+ 3.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
414,259	+ 8.9	559,551	+ 12.0	973,810	+ 10.7	Magasins d'accessoires personnels	27
3,691,694	+ 5.8	3,196,223	+ 5.7	6,887,916	+ 5.8	Tous les autres magasins	28
22,247,281	+ 5.2	31,161,357	+ 4.7	53,408,637	+ 4.9	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 8. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Toronto

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	229,796	- 3.1	68,557	+ 2.1	298,353	- 2.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	31,971	- 2.4	34,327	+ 6.1	66,298	+ 1.8
3	All other food stores	5,544	+ 3.0	45,038	+ 1.0	50,582	+ 1.2
4	Department stores	180,959	- 4.7	-	-	180,959	- 4.7
5	General merchandise stores	30,352	- 0.6	7,293	- 3.9	37,645	- 1.3
6	General stores	-	-	638	+ 12.8	638	+ 12.8
7	Variety stores	4,115	--	356	- 0.4	4,471	--
8	Motor vehicle dealers	-	-	529,345	+ 2.9	529,345	+ 2.9
9	Used car dealers	-	-	10,094	- 2.2	10,094	- 2.2
10	Service stations	68,257	+ 16.0	75,384	+ 5.0	143,641	+ 9.9
11	Garages	-	-	18,278	+ 3.1	18,278	+ 3.1
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	42,611	- 2.9
13	Men's clothing stores	23,419	+ 0.1	9,815	- 9.8	33,234	- 2.9
14	Women's clothing stores	38,467	- 4.8	14,581	+ 0.4	53,048	- 3.4
15	Family clothing stores	24,583	+ 8.0	4,065	- 9.4	28,648	+ 5.1
16	Specialty shoe stores	3,864	- 0.5	2,022	- 5.0	5,886	- 2.1
17	Family shoe stores	17,116	+ 9.7	5,419	+ 8.9	22,535	+ 9.5
18	Hardware stores	x	x	x	x	11,820	+ 2.4
19	Household furniture stores	13,373	+ 5.3	11,679	- 6.1	25,052	- 0.3
20	Household appliance stores	4,926	+ 3.0	9,142	+ 6.3	14,068	+ 5.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	23,396	- 13.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	30,217	+ 14.4	73,506	+ 9.5	103,723	+ 10.9
23	Book and stationery stores	8,234	+ 11.9	5,732	- 4.1	13,967	+ 4.7
24	Florists	288	- 20.2	8,087	+ 11.3	8,375	+ 9.8
25	Jewellery stores	6,940	- 6.9	9,408	- 4.1	16,349	- 5.3
26	Sporting goods and accessories stores	12,215	+ 11.0	7,709	+ 16.9	19,924	+ 13.2
27	Personal accessories stores	22,716	- 0.4	31,756	+ 7.9	54,473	+ 4.2
28	All other stores	137,642	+ 3.4	148,042	+ 0.8	285,684	+ 2.1
29	All stores	919,451	--	1,183,644	+ 2.7	2,103,096	+ 1.5

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 8. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Toronto

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
2,355,442	+ 2.6	672,882	+ 6.2	3,028,324	+ 3.4	Épicerie - Boucheries	1
313,126	- 1.7	339,021	- 6.2	652,148	- 4.1	Épicerie, confiseries et articles divers	2
58,291	+ 9.0	433,556	+ 1.5	491,846	+ 2.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,638,156	+ 1.6	-	-	1,638,156	+ 1.6	Grands magasins	4
256,760	+ 5.5	69,596	+ 9.5	326,356	+ 6.3	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	6,396	+ 7.6	6,396	+ 7.6	Magasins généraux	6
36,444	- 1.1	3,087	- 20.6	39,530	- 2.9	Bazars	7
-	-	5,276,445	+ 2.6	5,276,445	+ 2.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	101,057	+ 4.9	101,057	+ 4.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
673,211	+ 13.4	774,406	- 6.1	1,447,616	+ 2.0	Stations-service	10
-	-	170,588	- 11.9	170,588	- 11.9	Garages	11
x	x	x	x	438,041	+ 0.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
189,695	+ 7.3	87,080	- 8.4	276,776	+ 1.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
347,136	+ 1.3	129,987	- 6.2	477,123	- 0.8	Magasins de vêtements pour dames	14
199,008	+ 7.4	41,761	- 3.1	240,769	+ 5.4	Magasins de vêtements pour la famille	15
37,182	- 15.0	20,898	+ 8.5	58,079	- 7.8	Magasins de chaussures spécialisées	16
148,068	+ 10.3	53,342	+ 15.7	201,410	+ 11.7	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	118,796	+ 10.0	Quincailleries	18
129,484	+ 9.9	113,319	+ 2.6	242,803	+ 6.4	Magasins de meubles	19
46,224	+ 13.4	85,841	+ 5.9	132,065	+ 8.4	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	241,729	- 2.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
289,260	+ 27.6	690,277	+ 6.5	979,537	+ 11.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
83,784	+ 5.3	51,366	+ 1.7	135,150	+ 3.9	Librairies et papeteries	23
4,004	- 0.4	82,851	+ 2.4	86,855	+ 2.2	Fleuristes	24
66,511	+ 3.5	92,670	- 0.7	159,181	+ 0.9	Bijouteries	25
111,889	+ 11.9	104,567	+ 9.8	216,456	+ 10.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
219,887	+ 9.5	290,973	+ 24.7	510,859	+ 17.7	Magasins d'accessoires personnels	27
1,349,186	+ 7.5	1,385,708	+ 3.5	2,734,894	+ 5.4	Tous les autres magasins	28
8,806,407	+ 5.0	11,622,580	+ 2.3	20,428,987	+ 3.5	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 9. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Manitoba

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	110,433	+ 0.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	21,563	+ 7.4
3	All other food stores	781	+ 1.7	5,184	+ 6.7	5,965	+ 6.0
4	Department stores	47,907	+ 2.1	-	-	47,907	+ 2.1
5	General merchandise stores	x	x	x	x	14,072	+ 0.1
6	General stores	x	x	x	x	13,557	- 18.3
7	Variety stores	x	x	x	x	3,320	+ 3.8
8	Motor vehicle dealers	-	-	98,949	+ 3.9	98,949	+ 3.9
9	Used car dealers	-	-	4,673	+ 24.0	4,673	+ 24.0
10	Service stations	14,018	+ 11.2	34,506	- 6.3	48,525	- 1.8
11	Garages	-	-	3,424	+ 14.7	3,424	+ 14.7
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	11,067	+ 22.6
13	Men's clothing stores	3,772	+ 5.6	1,129	+ 5.2	4,901	+ 5.5
14	Women's clothing stores	7,604	- 3.8	1,385	+ 18.2	8,988	- 1.0
15	Family clothing stores	6,208	+ 0.9	523*	...	6,731*	- 1.3
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	664	- 11.5
17	Family shoe stores	x	x	x	x	3,373	+ 9.8
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,738	- 7.2
19	Household furniture stores	x	x	x	x	6,609	+ 15.1
20	Household appliance stores	-	-	672	+ 10.2	672	+ 10.2
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	4,314	--	2,102	+ 7.3	6,416	+ 2.3
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	18,322	+ 0.9
23	Book and stationery stores	1,837	- 4.1	1,116	- 0.3	2,953	- 2.7
24	Florists	x	x	x	x	1,219	+ 5.9
25	Jewellery stores	1,768	- 0.6	1,418	+ 2.5	3,186	+ 0.7
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	6,297	+ 6.9
27	Personal accessories stores	2,284	- 0.9	1,948	- 14.8	4,231	- 7.8
28	All other stores	23,075	--	32,289	+ 6.9	55,364	+ 3.9
29	All stores	233,539	+ 1.1	284,584	+ 2.6	518,123	+ 1.9

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 9. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Manitoba

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,159,280	+ 10.2	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	208,162	+ 3.8	Épicerie, confiseries et articles divers	2
8,144	+ 3.4	51,349	+ 11.1	59,493	+ 10.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
426,613	+ 1.4	-	-	426,613	+ 1.4	Grands magasins	4
x	x	x	x	117,060	+ 7.1	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	147,731	+ 3.4	Magasins généraux	6
x	x	x	x	28,106	+ 2.3	Bazars	7
-	-	990,005	- 0.3	990,005	- 0.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	40,020	+ 23.0	40,020	+ 23.0	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
135,505	+ 7.8	331,499	+ 6.0	467,004	+ 6.5	Stations-service	10
-	-	34,756	+ 15.1	34,756	+ 15.1	Garages	11
x	x	x	x	96,741	+ 17.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
27,866	+ 5.8	9,762	+ 8.3	37,628	+ 6.4	Magasins de vêtements pour hommes	13
69,658	- 0.1	14,716	- 5.7	84,374	- 1.2	Magasins de vêtements pour dames	14
57,230	+ 1.6	6,480	- 11.0	63,710	+ 0.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	4,551*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	25,662	+ 10.7	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	49,425	+ 14.9	Quincailleries	18
x	x	x	x	60,891	+ 10.8	Magasins de meubles	19
-	-	5,652*	...	5,652*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
39,881	+ 9.8	20,147	- 18.6	60,028	- 1.6	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	181,319	+ 13.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
18,646	+ 10.0	11,197	+ 18.0	29,844	+ 12.9	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	13,934	- 1.5	Fleuristes	24
17,459	+ 3.8	12,289	- 20.8	29,748	- 8.0	Bijouteries	25
x	x	x	x	62,657	- 3.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
20,286	+ 2.4	24,377	- 12.8	44,663	- 6.4	Magasins d'accessoires personnels	27
213,299	+ 9.2	293,418	+ 2.7	506,717	+ 5.3	Tous les autres magasins	28
2,219,697	+ 6.0	2,816,078	+ 4.2	5,035,775	+ 5.0	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 10. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Winnipeg

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	77,490	+ 0.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	12,257	+ 9.1
3	All other food stores	x	x	x	x	4,289	+ 6.3
4	Department stores	43,599	+ 1.9	-	-	43,599	+ 1.9
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	-	-	x	x	x	x
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	54,496	+ 1.1	54,496	+ 1.1
9	Used car dealers	-	-	2,865	+ 17.8	2,865	+ 17.8
10	Service stations	x	x	x	x	27,987	- 9.9
11	Garages	-	-	1,422	+ 16.3	1,422	+ 16.3
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	6,625	+ 9.2
13	Men's clothing stores	2,578	- 2.9	383	- 0.2	2,960	- 2.6
14	Women's clothing stores	6,699	- 5.3	844*	...	7,544*	- 1.8
15	Family clothing stores	3,956	+ 3.0	79*	...	4,035*	+ 1.7
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	664	- 11.5
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,779	+ 14.0
18	Hardware stores	x	x	x	x	1,755	- 8.6
19	Household furniture stores	x	x	x	x	4,583	+ 20.8
20	Household appliance stores	-	-	277	+ 14.9	277	+ 14.9
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	4,819	- 5.7
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	11,514	+ 0.2
23	Book and stationery stores	1,696	- 4.6	555	- 6.8	2,252	- 5.2
24	Florists	x	x	x	x	459	+ 16.6
25	Jewellery stores	x	x	x	x	2,161	- 0.7
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,351	+ 9.7
27	Personal accessories stores	1,913	- 0.5	1,612	- 18.4	3,525	- 9.6
28	All other stores	19,453	- 4.7	21,942	+ 9.7	41,395	+ 2.4
29	All stores	187,023	+ 0.6	143,513	+ 1.0	330,536	+ 0.8

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 10. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Winnipeg

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	794,126	+ 7.1	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	112,936	- 2.4	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	44,067	+ 8.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
388,050	+ 1.2	-	-	388,050	+ 1.2	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	x	x	x	x	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	551,810	- 6.5	551,810	- 6.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	25,856	+ 17.0	25,856	+ 17.0	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	282,235	+ 2.4	Stations-service	10
-	-	14,376	-	14,376	-	Garages	11
x	x	x	x	62,138	+ 8.7	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
21,338	+ 0.7	3,006	- 8.7	24,344	- 0.5	Magasins de vêtements pour hommes	13
61,774	+ 1.0	8,523	- 4.2	70,297	+ 0.4	Magasins de vêtements pour dames	14
35,389	+ 0.1	1,068*	...	36,456*	- 0.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	4,551*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	20,206	+ 13.8	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	18,242	+ 31.0	Quincailleries	18
x	x	x	x	42,604	+ 11.0	Magasins de meubles	19
-	-	2,516*	...	2,516*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	44,905	- 0.2	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	112,207	+ 12.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
17,257	+ 10.5	6,072	+ 30.3	23,329	+ 15.1	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	4,829	- 8.9	Fleuristes	24
x	x	x	x	20,747	- 15.6	Bijouteries	25
x	x	x	x	31,267	- 8.0	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
17,947	+ 11.0	20,703	- 14.4	38,650	- 4.2	Magasins d'accessoires personnels	27
187,975	+ 13.2	195,333	+ 1.0	383,308	+ 6.6	Tous les autres magasins	28
1,799,985	+ 6.3	1,402,545	- 2.3	3,202,531	+ 2.3	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 11. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Saskatchewan

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	74,516	+ 1.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,051	+ 2.0
3	All other food stores	338	- 9.6	3,241	+ 4.3	3,578	+ 2.8
4	Department stores	31,498	- 0.8	-	-	31,498	- 0.8
5	General merchandise stores	12,542	- 8.2	1,159	+ 29.8	13,701	- 5.9
6	General stores	9,151	- 18.2	17,914	- 13.8	27,065	- 15.3
7	Variety stores	3,354	- 7.3	248	+ 6.1	3,602	- 6.5
8	Motor vehicle dealers	-	-	111,845	+ 5.9	111,845	+ 5.9
9	Used car dealers	-	-	3,980	+ 34.0	3,980	+ 34.0
10	Service stations	9,788	+ 26.8	32,626	+ 10.8	42,415	+ 14.1
11	Garages	-	-	4,770	+ 18.3	4,770	+ 18.3
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	11,124	- 5.7
13	Men's clothing stores	2,834	+ 3.1	1,743	+ 16.5	4,577	+ 7.8
14	Women's clothing stores	5,904	- 7.4	2,212	+ 2.2	8,116	- 4.9
15	Family clothing stores	4,946	- 0.8	722	- 10.8	5,667	- 2.2
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	408*	...
17	Family shoe stores	x	x	x	x	3,358	+ 8.3
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,619*	...
19	Household furniture stores	-	-	3,209	- 3.5	3,209	- 3.5
20	Household appliance stores	-	-	2,021	- 8.4	2,021	- 8.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	3,725	+ 19.4
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	19,800	+ 9.3
23	Book and stationery stores	1,102	- 12.4	858	- 12.6	1,960	- 12.5
24	Florists	x	x	x	x	1,144	- 3.8
25	Jewellery stores	1,386	+ 3.2	2,009	- 19.1	3,396	- 11.3
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	5,504	- 7.2
27	Personal accessories stores	1,407	+ 3.4	2,363	+ 5.8	3,769	+ 4.9
28	All other stores	21,095	- 4.3	41,412	+ 2.3	62,507	-
29	All stores	177,709	- 0.1	303,215	+ 2.6	480,924	+ 1.6

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 11. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Saskatchewan

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	775,934	+ 0.1	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	186,719	+ 2.3	Épiceries, confiseries et articles divers	2
3,369	- 0.6	31,476	- 10.3	34,845	- 9.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
284,907	- 0.9	-	-	284,907	- 0.9	Grands magasins	4
98,163	- 1.4	11,810	+ 16.4	109,973	+ 0.2	Magasins de marchandises diverses	5
86,247	- 9.7	174,187	- 6.9	260,434	- 7.8	Magasins généraux	6
30,078	- 7.2	2,323	- 13.7	32,401	- 7.7	Bazars	7
-	-	989,842	+ 2.5	989,842	+ 2.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	27,774	+ 22.0	27,774	+ 22.0	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
93,509*	...	326,386	+ 16.8	419,895*	+ 21.5	Stations-service	10
-	-	36,430	+ 0.6	36,430	+ 0.6	Garages	11
x	x	x	x	115,938	+ 10.0	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
21,645	+ 3.8	17,368	+ 18.8	39,013	+ 10.0	Magasins de vêtements pour hommes	13
57,258	- 4.6	22,909	+ 3.3	80,167	- 2.5	Magasins de vêtements pour dames	14
45,707	+ 2.6	7,394	- 10.5	53,101	+ 0.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	2,849	+ 8.3	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	26,978	- 1.7	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	53,165	- 3.1	Quincailleries	18
-	-	29,344	+ 9.8	29,344	+ 9.8	Magasins de meubles	19
-	-	17,804	+ 3.8	17,804	+ 3.8	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	27,511	+ 3.3	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	180,824	+ 3.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
10,927	+ 1.7	8,015	- 5.9	18,941	- 1.6	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	13,438	- 1.7	Fleuristes	24
12,618	- 0.6	17,922	- 3.2	30,540	- 2.1	Bijouteries	25
x	x	x	x	66,973	- 5.7	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
12,707	+ 8.1	21,962	+ 4.0	34,670	+ 5.5	Magasins d'accessoires personnels	27
212,794	- 6.0	373,343	+ 1.9	586,136	- 1.1	Tous les autres magasins	28
1,702,416	+ 1.0	2,834,132	+ 2.5	4,536,548	+ 2.0	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 12. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Alberta

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	177,723	- 1.6	38,764	- 0.1	216,487	- 1.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	20,747	+ 7.0	28,965	+ 4.3	49,712	+ 5.4
3	All other food stores	687	- 13.2	14,275	+ 5.9	14,962	+ 4.9
4	Department stores	129,839	+ 8.5	-	-	129,839	+ 8.5
5	General merchandise stores	18,392	+ 1.3	6,961	+ 6.3	25,353	+ 2.6
6	General stores	x	x	x	x	60,862	+ 5.0
7	Variety stores	4,398	+ 6.0	451	- 11.0	4,849	+ 4.1
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	344,728	+ 9.5
9	Used car dealers	-	-	6,156	+ 27.2	6,156	+ 27.2
10	Service stations	33,820	+ 17.2	59,449	+ 19.3	93,269	+ 18.5
11	Garages	x	x	x	x	8,201	+ 16.6
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	35,745	- 6.4
13	Men's clothing stores	12,042	+ 4.7	8,050	- 0.6	20,093	+ 2.5
14	Women's clothing stores	21,817	- 1.6	6,601	+ 2.3	28,418	- 0.7
15	Family clothing stores	17,919	- 4.1	4,620	+ 19.3	22,539	- 0.1
16	Specialty shoe stores	830	- 20.8	2,369	+ 5.0	3,199	- 3.1
17	Family shoe stores	7,229	+ 14.7	2,075	+ 0.9	9,304	+ 11.3
18	Hardware stores	x	x	x	x	12,158	- 1.9
19	Household furniture stores	x	x	x	x	14,043	+ 19.9
20	Household appliance stores	x	x	x	x	10,397	+ 15.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	20,327	+ 19.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	20,584	+ 26.5	55,312	+ 7.6	75,897	+ 12.2
23	Book and stationery stores	4,264	- 10.0	2,638	+ 4.1	6,902	- 5.1
24	Florists	x	x	x	x	5,109	+ 1.5
25	Jewellery stores	5,185	+ 5.3	5,179*	...	10,364*	...
26	Sporting goods and accessories stores	5,804	+ 17.9	18,403	+ 6.5	24,207	+ 9.0
27	Personal accessories stores	10,765*	...	6,097	+ 1.8	16,863*	+ 21.3
28	All other stores	82,404	+ 0.8	97,929	+ 24.2	180,333	+ 12.3
29	All stores	649,035	+ 3.4	801,281	+ 10.2	1,450,316	+ 7.1

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 12. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Alberta

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,820,831	+ 5.2	394,282	+ 7.4	2,215,113	+ 5.6	Épicerie - Boucheries	1
189,368	+ 4.5	281,558	+ 4.0	470,926	+ 4.2	Épicerie, confiseries et articles divers	2
7,504	- 0.5	138,555	+ 14.8	146,059	+ 13.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,122,706	+ 4.0	-	-	1,122,706	+ 4.0	Grands magasins	4
138,612	+ 7.2	63,356	+ 3.9	201,968	+ 6.2	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	559,987	- 1.7	Magasins généraux	6
38,533	+ 8.6	4,938	+ 2.4	43,471	+ 7.8	Bazars	7
x	x	x	x	3,344,795	+ 10.0	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	58,081*	...	58,081*	...	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
316,729	+ 5.0	523,439	+ 5.8	840,168	+ 5.5	Stations-service	10
x	x	x	x	77,936	+ 6.6	Garages	11
x	x	x	x	336,174	+ 6.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
95,171	+ 11.9	69,669	- 6.4	164,840	+ 3.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
208,910	+ 5.4	65,007	+ 2.7	273,916	+ 4.8	Magasins de vêtements pour dames	14
161,107	+ 2.1	42,672	+ 8.0	203,779	+ 3.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
8,786	- 18.6	23,175	+ 9.3	31,961	-	Magasins de chaussures spécialisées	16
61,679	+ 8.1	17,780	- 4.4	79,458	+ 5.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	133,382	+ 4.6	Quincailleries	18
x	x	x	x	128,128	+ 26.8	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	84,010	+ 3.5	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	171,135	+ 22.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
179,443	+ 13.6	533,015	+ 10.9	712,457	+ 11.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
45,455	- 3.0	24,733	+ 3.6	70,188	- 0.7	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	56,031	+ 9.3	Fleuristes	24
47,312	+ 9.6	53,662	- 14.5	100,973	- 4.7	Bijouteries	25
59,952	+ 16.1	212,596	+ 13.7	272,548	+ 14.2	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
96,568	+ 30.1	55,867	+ 2.6	152,435	+ 18.5	Magasins d'accessoires personnels	27
839,150	+ 7.0	885,494	+ 13.0	1,724,644	+ 10.0	Tous les autres magasins	28
6,115,644	+ 5.2	7,661,628	+ 9.8	13,777,272	+ 7.7	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 13. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

British Columbia

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	232,208	+ 8.4	96,940	+ 0.1	329,148	+ 5.8
2	Grocery confectionery and sundries stores	20,621	+ 1.8	50,186	+ 5.8	70,807	+ 4.6
3	All other food stores	3,603	- 5.5	26,070	+ 14.9	29,673	+ 11.9
4	Department stores	169,203	+ 15.7	-	-	169,203	+ 15.7
5	General merchandise stores	18,042	+ 6.5	5,241	+ 12.1	23,283	+ 7.7
6	General stores	x	x	x	x	12,695	+ 5.6
7	Variety stores	6,188	+ 1.8	1,114	+ 15.8	7,303	+ 3.7
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	325,551	+ 7.7
9	Used car dealers	-	-	15,755	+ 10.3	15,755	+ 10.3
10	Service stations	47,761	+ 10.3	89,746	+ 19.2	137,507	+ 16.0
11	Garages	-	-	17,180	+ 15.2	17,180	+ 15.2
12	Automotive parts and accessories stores	9,325	- 0.6	16,599	+ 7.1	25,923	+ 4.2
13	Men's clothing stores	9,122	+ 9.2	5,128	+ 7.4	14,250	+ 8.5
14	Women's clothing stores	20,677	+ 3.4	13,561	+ 11.9	34,239	+ 6.6
15	Family clothing stores	17,057	+ 3.8	7,217	+ 32.5	24,274	+ 11.0
16	Specialty shoe stores	1,541*	...	2,275	+ 8.7	3,817*	+ 27.3
17	Family shoe stores	7,327*	...	3,509	+ 10.5	10,836*	+ 29.7
18	Hardware stores	x	x	x	x	12,017	+ 13.3
19	Household furniture stores	x	x	x	x	20,565	+ 29.3
20	Household appliance stores	233*	...	4,388	+ 4.5	4,622*	- 0.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	15,355	+ 29.7
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	31,936	+ 6.0	48,210	+ 2.2	80,146	+ 3.7
23	Book and stationery stores	3,324	- 4.8	5,067	+ 12.2	8,391	+ 4.7
24	Florists	x	x	x	x	5,287	+ 17.1
25	Jewellery stores	5,071	+ 8.4	7,152	+ 2.3	12,223	+ 4.7
26	Sporting goods and accessories stores	6,990*	...	22,972	+ 29.6	29,962*	+ 31.8
27	Personal accessories stores	9,101	+ 2.9	19,737	+ 7.1	28,839	+ 5.7
28	All other stores	103,318	+ 5.1	123,381	+ 15.9	226,698	+ 10.7
29	All stores	751,822	+ 9.6	943,726	+ 9.9	1,695,549	+ 9.8

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 13. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Colombie-Britannique

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
2,279,921	+ 6.6	963,719	+ 4.3	3,243,640	+ 5.9	Épicerie - Boucheries	1
198,541	- 3.4	480,957	+ 3.7	679,498	+ 1.5	Épicerie, confiseries et articles divers	2
38,045	- 5.2	255,740	+ 9.3	293,785	+ 7.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,399,204	+ 7.2	-	-	1,399,204	+ 7.2	Grands magasins	4
132,257	+ 8.4	55,019	+ 6.3	187,276	+ 7.8	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	117,652	+ 5.8	Magasins généraux	6
50,025	- 0.4	8,652	+ 13.8	58,677	+ 1.4	Bazars	7
x	x	x	x	3,511,221	+ 11.4	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	149,994	+ 20.9	149,994	+ 20.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
484,047	+ 8.0	847,622	+ 15.2	1,331,669	+ 12.5	Stations-service	10
-	-	156,364	+ 20.5	156,364	+ 20.5	Garages	11
93,280	+ 7.4	154,616	+ 7.1	247,896	+ 7.2	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
72,846	+ 6.8	45,296	+ 9.8	118,142	+ 7.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
187,329	+ 4.6	131,673	+ 20.4	319,002	+ 10.6	Magasins de vêtements pour dames	14
147,105	+ 2.3	64,315	+ 11.5	211,420	+ 5.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
11,932*	...	19,045	+ 4.8	30,977*	+ 15.6	Magasins de chaussures spécialisées	16
56,113	+ 16.3	32,740	+ 8.0	88,852	+ 13.1	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	123,314	+ 18.5	Quincailleries	18
x	x	x	x	180,376	+ 17.8	Magasins de meubles	19
2,963	- 20.2	35,689	+ 17.0	38,653	+ 12.9	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	137,392	+ 31.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
310,998	+ 3.7	446,853	+ 3.5	757,851	+ 3.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
33,986	+ 3.1	47,940	+ 20.2	81,926	+ 12.4	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	58,578	+ 26.4	Fleuristes	24
44,851	+ 9.6	69,981	+ 6.1	114,832	+ 7.5	Bijouteries	25
72,958*	...	269,221	+ 27.2	342,180*	+ 29.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
84,625	+ 11.8	226,146	+ 32.9	310,770	+ 26.4	Magasins d'accessoires personnels	27
989,869	+ 9.8	1,149,653	+ 16.3	2,139,522	+ 13.2	Tous les autres magasins	28
6,961,335	+ 7.2	9,469,328	+ 12.2	16,430,663	+ 10.0	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 14. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Vancouver

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	147,077	+ 5.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	40,678	+ 0.2
3	All other food stores	2,931	- 9.1	15,761	+ 13.9	18,692	+ 9.5
4	Department stores	97,606	+ 14.7	-	-	97,606	+ 14.7
5	General merchandise stores	x	x	x	x	7,316	+ 11.2
6	General stores	-	-	143*	...	143*	...
7	Variety stores	x	x	x	x	688*	...
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	183,725	+ 10.1
9	Used car dealers	-	-	5,583	+ 2.6	5,583	+ 2.6
10	Service stations	20,946	+ 6.3	30,568	+ 22.0	51,513	+ 15.1
11	Garages	-	-	8,588	+ 6.5	8,588	+ 6.5
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	12,169	+ 5.7
13	Men's clothing stores	6,813	+ 9.5	2,331	+ 22.9	9,144	+ 12.6
14	Women's clothing stores	12,850	+ 2.5	9,222	+ 9.7	22,073	+ 5.4
15	Family clothing stores	7,701	+ 0.3	3,255*	...	10,955*	+ 9.2
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	2,085	+ 29.7
17	Family shoe stores	x	x	x	x	5,869	+ 25.6
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,422	+ 30.8
19	Household furniture stores	6,145	+ 28.8	7,521	+ 20.8	13,665	+ 24.3
20	Household appliance stores	x	x	x	x	2,099	- 18.3
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	9,516	+ 13.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	40,737	- 5.6
23	Book and stationery stores	2,134	+ 6.4	1,787	+ 17.1	3,921	+ 11.1
24	Florists	x	x	x	x	2,409	+ 3.1
25	Jewellery stores	3,020	+ 4.3	4,688	+ 2.4	7,708	+ 3.1
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	18,094*	...
27	Personal accessories stores	6,649	-	12,163	+ 5.5	18,812	+ 3.5
28	All other stores	57,317	- 7.7	58,108	+ 17.5	115,426	+ 3.4
29	All stores	418,595	+ 6.6	442,119	+ 10.0	860,714	+ 8.4

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 14. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Vancouver

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,448,050	+ 11.5	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	398,344	- 0.2	Épiceries, confiseries et articles divers	2
30,969	- 6.0	153,380	+ 6.0	184,349	+ 3.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
801,089	+ 5.5	-	-	801,089	+ 5.5	Grands magasins	4
x	x	x	x	56,664	+ 9.8	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	1,502	- 1.3	1,502	- 1.3	Magasins généraux	6
x	x	x	x	6,010	+ 33.6	Bazars	7
x	x	x	x	1,979,762	+ 14.0	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	55,110	+ 8.8	55,110	+ 8.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
210,870	+ 2.2	286,647	+ 8.0	497,518	+ 5.5	Stations-service	10
-	-	80,379	+ 10.6	80,379	+ 10.6	Garages	11
x	x	x	x	118,579	+ 11.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
54,760	+ 6.8	22,093	+ 13.1	76,853	+ 8.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
116,270	+ 2.3	92,169	+ 20.8	208,439	+ 9.8	Magasins de vêtements pour dames	14
65,083	+ 1.8	31,347	+ 11.3	96,430	+ 4.7	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	16,492	+ 23.6	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	49,474	+ 12.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	42,416	+ 28.9	Quincailleries	18
48,167	+ 11.1	73,091	+ 22.0	121,258	+ 17.4	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	18,625	+ 4.2	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	89,725	+ 18.6	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	402,478	+ 0.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
21,786	+ 12.7	16,994	+ 19.3	38,780	+ 15.5	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	26,926	+ 10.4	Fleuristes	24
26,626	+ 9.6	47,450	+ 8.3	74,076	+ 8.8	Bijouteries	25
x	x	x	x	194,219*	...	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
63,746	+ 11.7	144,482*	...	208,228*	+ 33.8	Magasins d'accessoires personnels	27
546,314	+ 14.5	526,486	+ 15.4	1,072,800	+ 14.9	Tous les autres magasins	28
3,889,503	+ 9.8	4,475,071	+ 12.3	8,364,574	+ 11.1	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 15. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Yukon and Northwest Territories

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	-	-	6,732	+ 3.1	6,732	+ 3.1
2	Grocery confectionery and sundries stores	-	-	1,504	+ 8.4	1,504	+ 8.4
3	All other food stores	-	-	361*	...	361*	...
4	Department stores	-	-	-	-	-	-
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	x	x	x	x	12,787	+ 4.2
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	4,379	+ 14.5	4,379	+ 14.5
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	-	-	1,569	- 4.9	1,569	- 4.9
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	613	+ 27.5
13	Men's clothing stores	-	-	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	-	-	88	+ 5.9	88	+ 5.9
15	Family clothing stores	x	x	x	x	249	- 4.9
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	-	-	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	549*	...	549*	...
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	-	-	1,523	+ 8.5	1,523	+ 8.5
23	Book and stationery stores	-	-	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	-	-	688	- 10.2	688	- 10.2
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	962	+ 19.4
28	All other stores	x	x	x	x	3,973	+ 1.2
29	All stores	16,052	+ 3.8	24,762	+ 5.6	40,814	+ 4.9

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 15. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Yukon et Territoires du Nord-Ouest

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
-	-	65,672	+ 7.1	65,672	+ 7.1	Épicerie - Boucheries	1
-	-	15,582	+ 21.3	15,582	+ 21.3	Épicerie, confiseries et articles divers	2
-	-	3,541*	...	3,541*	...	Tous les autres magasins d'aliments	3
-	-	-	-	-	-	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	116,706	+ 7.5	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	41,308	- 7.5	41,308	- 7.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
-	-	18,585	+ 0.2	18,585	+ 0.2	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	5,105	- 3.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
-	-	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
-	-	895*	...	895*	...	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	2,284	- 0.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	5,307	+ 0.3	5,307	+ 0.3	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	x	x	x	x	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
-	-	15,486	+ 7.0	15,486	+ 7.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
-	-	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
-	-	7,199	+ 5.2	7,199	+ 5.2	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	9,116	+ 32.9	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	38,985	+ 5.1	Tous les autres magasins	28
145,341	+ 4.6	241,195	+ 7.0	386,536	+ 6.1	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 16. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Canada

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	1,460,905	- 1.4	875,614	+ 3.2	2,336,519	+ 0.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	184,299	+ 0.5	526,801	+ 0.6	711,100	+ 0.6
3	All other food stores	24,066	- 0.9	230,194	+ 2.1	254,260	+ 1.8
4	Department stores	1,140,732	+ 2.5	-	-	1,140,732	+ 2.5
5	General merchandise stores	232,953	- 1.4	71,530	+ 10.1	304,483	+ 1.0
6	General stores	86,246	- 3.4	127,416	+ 1.9	213,662	- 0.2
7	Variety stores	75,456	+ 1.4	12,158	+ 1.6	87,615	+ 1.5
8	Motor vehicle dealers	37,006	+ 3.3	3,061,812	+ 3.6	3,098,818	+ 3.6
9	Used car dealers	-	-	107,114	+ 2.4	107,114	+ 2.4
10	Service stations	341,798	+ 12.5	813,613	+ 6.8	1,155,411	+ 8.4
11	Garages	x	x	x	x	171,837	+ 5.8
12	Automotive parts and accessories stores	21,078	- 7.9	312,075	+ 1.0	333,153	+ 0.4
13	Men's clothing stores	93,561	+ 1.7	61,725	- 5.6	155,285	- 1.3
14	Women's clothing stores	196,315	- 4.0	96,327	+ 1.6	292,642	- 2.2
15	Family clothing stores	154,966	+ 2.0	66,401	+ 6.8	221,367	+ 3.4
16	Specialty shoe stores	16,364	+ 0.4	14,850	+ 9.0	31,214	+ 4.3
17	Family shoe stores	94,966	+ 0.9	32,962	- 2.4	127,928	--
18	Hardware stores	23,113	- 2.0	138,801	+ 6.5	161,914	+ 5.2
19	Household furniture stores	47,678	+ 12.8	137,753	+ 4.7	185,431	+ 6.6
20	Household appliance stores	6,586	+ 3.5	55,544	+ 2.7	62,131	+ 2.8
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	88,990	+ 1.1	65,595	+ 10.9	154,585	+ 5.0
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	211,864	+ 6.7	470,441	+ 7.7	682,304	+ 7.4
23	Book and stationery stores	35,547	- 2.6	43,762	+ 2.3	79,309	--
24	Florists	x	x	x	x	48,671	+ 5.8
25	Jewellery stores	39,581	- 2.5	46,088	- 4.4	85,670	- 3.5
26	Sporting goods and accessories stores	45,373	+ 14.8	149,307	+ 8.6	194,679	+ 10.0
27	Personal accessories stores	86,255	+ 3.5	131,826	+ 4.9	218,081	+ 4.3
28	All other stores	792,045	+ 1.4	924,147	+ 6.8	1,716,192	+ 4.2
29	All stores	5,540,339	+ 1.3	8,791,768	+ 4.2	14,332,107	+ 3.1

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 16. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Canada

January-October - 1989 - Janvier-Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
15,146,395	+ 3.0	8,834,827	+ 8.4	23,981,222	+ 4.9	Épicerie - Boucheries	1
1,789,171	+ 0.5	5,187,637	+ 1.4	6,976,808	+ 1.2	Épicerie, confiseries et articles divers	2
263,098	+ 8.5	2,291,036	+ 5.2	2,554,134	+ 5.5	Tous les autres magasins d'aliments	3
10,059,100	+ 4.3	-	-	10,059,100	+ 4.3	Grands magasins	4
1,827,609	+ 3.3	695,383	+ 12.4	2,522,992	+ 5.6	Magasins de marchandises diverses	5
797,467	- 2.2	1,232,643	+ 7.0	2,030,109	+ 3.2	Magasins généraux	6
638,119	- 4.8	116,685	--	754,803	- 4.1	Bazars	7
380,562	+ 0.9	30,793,271	+ 2.7	31,173,833	+ 2.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	1,068,377	+ 6.5	1,068,377	+ 6.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
3,370,578	+ 10.2	7,835,310	+ 3.5	11,205,888	+ 5.4	Stations-service	10
x	x	x	x	1,606,030	+ 2.5	Garages	11
193,076	+ 0.2	3,078,738	+ 11.3	3,271,814	+ 10.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
733,578	+ 6.6	553,752	+ 0.5	1,287,330	+ 3.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
1,793,811	+ 2.9	906,246	+ 3.2	2,700,057	+ 3.0	Magasins de vêtements pour dames	14
1,341,694	+ 7.5	594,924	+ 10.0	1,936,618	+ 8.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
143,291	- 1.3	129,084	+ 21.4	272,376	+ 8.3	Magasins de chaussures spécialisées	16
767,642	+ 6.6	284,794	+ 2.4	1,052,437	+ 5.4	Magasins de chaussures pour la famille	17
232,872	+ 5.7	1,386,717	+ 11.5	1,619,588	+ 10.6	Quincailleries	18
420,137	+ 6.7	1,346,057	+ 8.3	1,766,194	+ 7.9	Magasins de meubles	19
62,043	+ 12.5	512,370	+ 2.3	574,413	+ 3.3	Magasins d'appareils ménagers	20
861,124	+ 11.4	617,635	+ 1.4	1,478,759	+ 7.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
2,006,156	+ 12.2	4,505,919	+ 7.6	6,512,075	+ 9.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
370,073	+ 5.6	419,538	+ 9.0	789,610	+ 7.4	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	536,861	+ 11.0	Fleuristes	24
370,678	+ 3.8	447,093	+ 1.3	817,772	+ 2.4	Bijouteries	25
458,415	+ 13.9	1,891,576	+ 7.6	2,349,991	+ 8.7	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
829,973	+ 12.1	1,304,617	+ 11.0	2,134,590	+ 11.4	Magasins d'accessoires personnels	27
7,858,836	+ 5.6	8,794,198	+ 8.6	16,653,034	+ 7.2	Tous les autres magasins	28
52,743,344	+ 4.7	86,943,473	+ 5.2	139,686,817	+ 5.0	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 17. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Newfoundland - Terre-Neuve

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	42,833	+ 12.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	33,542	+ 14.6
3	All other food stores	x	x	x	x	3,295	+ 26.0
4	Department stores	13,497	+ 3.3	-	-	13,497	+ 3.3
5	General merchandise stores	x	x	x	x	13,767	+ 3.5
6	General stores	x	x	x	x	9,211	+ 3.9
7	Variety stores	x	x	x	x	5,795	+ 4.1
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	43,506	- 4.8
9	Used car dealers	-	-	1,012	+ 19.9	1,012	+ 19.9
10	Service stations	x	x	x	x	27,822	+ 4.0
11	Garages	-	-	1,844	+ 8.4	1,844	+ 8.4
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	5,960	+ 9.6	5,960	+ 9.6
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	988	+ 9.5
14	Women's clothing stores	3,484	+ 16.4	448*	...	3,932*	+ 21.4
15	Family clothing stores	5,506	+ 6.5	2,155	+ 7.4	7,661	+ 6.7
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	3,281	+ 25.7	3,281	+ 25.7
19	Household furniture stores	x	x	x	x	2,047	- 11.6
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	6,988	+ 18.3	276	+ 1.4	7,264	+ 17.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	2,938	+ 27.4	14,916	+ 8.1	17,854	+ 10.8
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	529	+ 15.2
24	Florists	x	x	x	x	x	x
25	Jewellery stores	669	+ 23.3	379	+ 28.2	1,048	+ 25.0
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	1,610	- 13.7
27	Personal accessories stores	762	- 0.7	708	+ 5.4	1,470	+ 2.1
28	All other stores	9,440	+ 4.9	11,458	+ 8.1	20,898	+ 6.7
29	All stores	111,296	+ 8.7	161,425	+ 5.2	272,722	+ 6.6

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 17. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard

September - 1989 - Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	9,108	+ 5.7	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	3,059	+ 21.7	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	408	+ 13.6	Tous les autres magasins d'aliments	3
6,859	- 3.0	-	-	6,859	- 3.0	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	1,705	+ 5.1	1,705	+ 5.1	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	12,916	+ 8.6	12,916	+ 8.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	4,847	+ 30.6	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	1,849	+ 2.7	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
338	- 12.8	576	+ 21.4	915	+ 5.9	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	890	+ 21.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	885	+ 3.8	885	+ 3.8	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	354	+ 8.0	354	+ 8.0	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	3,586	- 13.7	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
x	x	x	x	661	+ 14.6	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	954	+ 2.4	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	8,420	+ 8.4	Tous les autres magasins	28
21,278	+ 2.3	41,069	+ 9.1	62,347	+ 6.7	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 18. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Nova Scotia - Nouvelle-Écosse

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	110,092	+ 8.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	17,832	+ 0.3
3	All other food stores	x	x	x	x	6,391	+ 17.1
4	Department stores	37,216	+ 2.3	-	-	37,216	+ 2.3
5	General merchandise stores	14,002	+ 1.6	2,721	+ 10.8	16,723	+ 3.0
6	General stores	-	-	6,190	+ 2.2	6,190	+ 2.2
7	Variety stores	4,156	- 8.9	385	- 0.8	4,541	- 8.2
8	Motor vehicle dealers	-	-	90,837	+ 0.2	90,837	+ 0.2
9	Used car dealers	-	-	3,102	- 8.7	3,102	- 8.7
10	Service stations	x	x	x	x	45,032	+ 11.3
11	Garages	-	-	2,005*	...	2,005*	...
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	11,219	+ 3.6
13	Men's clothing stores	2,095	+ 11.3	2,598*	...	4,692*	...
14	Women's clothing stores	5,075	+ 0.2	3,102	+ 10.4	8,176	+ 3.9
15	Family clothing stores	2,716	+ 12.8	2,838	- 1.1	5,554	+ 5.2
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	650	- 5.6
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,598	+ 4.9
18	Hardware stores	-	-	5,377	+ 6.9	5,377	+ 6.9
19	Household furniture stores	x	x	x	x	3,005	+ 7.9
20	Household appliance stores	x	x	x	x	867*	...
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	3,108	- 13.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	29,204	+ 1.3
23	Book and stationery stores	1,781	+ 1.3	1,392	- 9.6	3,173	- 3.7
24	Florists	x	x	x	x	1,324	+ 31.8
25	Jewellery stores	1,871	+ 5.0	325	- 9.3	2,195	+ 2.6
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,743	+ 4.5
27	Personal accessories stores	1,333	+ 13.4	6,171	+ 11.2	7,504	+ 11.6
28	All other stores	31,245	+ 12.7	36,229	+ 29.1	67,474	+ 20.9
29	All stores	202,578	+ 7.1	297,249	+ 6.4	499,827	+ 6.7

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 18. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

New Brunswick - Nouveau-Brunswick

September - 1989 - Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	65,923	+ 7.9	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	17,440	- 3.7	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	4,225	- 5.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
25,121	+ 0.2	-	-	25,121	+ 0.2	Grands magasins	4
9,432	+ 4.7	3,646	+ 8.1	13,078	+ 5.6	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	12,476	+ 5.3	12,476	+ 5.3	Magasins généraux	6
4,011	- 8.9	645	+ 10.6	4,656	- 6.6	Bazars	7
x	x	x	x	65,786	+ 4.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	3,418	+ 24.4	3,418	+ 24.4	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
2,425*	...	37,643	+ 3.8	40,068*	+ 5.5	Stations-service	10
-	-	2,753	+ 32.0	2,753	+ 32.0	Garages	11
-	-	8,559	+ 6.8	8,559	+ 6.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
1,618	+ 14.5	1,074	+ 18.6	2,692	+ 16.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
4,639	+ 0.8	2,441	+ 6.4	7,080	+ 2.7	Magasins de vêtements pour dames	14
4,268	+ 33.9	1,556	- 18.9	5,824	+ 14.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	5,237	+ 5.0	5,237	+ 5.0	Quincailleries	18
x	x	x	x	5,363	- 1.7	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	1,043	- 6.8	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
2,082	+ 35.4	21,248	+ 6.4	23,330	+ 8.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
1,301	- 2.3	601	+ 17.7	1,902	+ 3.2	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	1,046	+ 7.8	Fleuristes	24
1,279	+ 12.8	813	+ 26.7	2,092	+ 17.8	Bijouteries	25
x	x	x	x	3,935	+ 14.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
996*	...	1,604	+ 7.5	2,600*	+ 17.8	Magasins d'accessoires personnels	27
17,659	+ 8.3	18,875	- 11.1	36,534	- 2.7	Tous les autres magasins	28
133,319	+ 7.0	233,730	+ 3.0	367,049	+ 4.5	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 19. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Quebec

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	570,283	+ 5.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	264,887	+ 0.7
3	All other food stores	4,791	+ 10.0	94,111	- 1.7	98,901	- 1.2
4	Department stores	215,757	+ 1.3	-	-	215,757	+ 1.3
5	General merchandise stores	x	x	x	x	31,849	+ 7.7
6	General stores	x	x	x	x	39,020	+ 15.4
7	Variety stores	x	x	x	x	26,044	- 2.5
8	Motor vehicle dealers	-	-	694,488	- 1.3	694,488	- 1.3
9	Used car dealers	-	-	32,543*	...	32,543*	...
10	Service stations	68,338	+ 2.6	257,619	+ 3.7	325,957	+ 3.5
11	Garages	-	-	54,998	- 10.4	54,998	- 10.4
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	68,334	+ 3.1
13	Men's clothing stores	17,267	+ 4.0	16,936	- 10.0	34,203	- 3.4
14	Women's clothing stores	55,763	+ 4.2	39,399	- 6.1	95,162	- 0.3
15	Family clothing stores	53,434	+ 17.3	34,109	+ 8.1	87,543	+ 13.6
16	Specialty shoe stores	6,385	- 0.6	6,210	+ 31.4	12,595	+ 12.9
17	Family shoe stores	34,874	+ 3.9	11,076	- 8.1	45,949	+ 0.7
18	Hardware stores	x	x	x	x	61,310	+ 7.3
19	Household furniture stores	16,148	+ 22.5	43,895	- 5.7	60,043	+ 0.4
20	Household appliance stores	-	-	16,984	+ 1.2	16,984	+ 1.2
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	17,928	+ 18.5	31,994	- 13.0	49,922	- 3.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	35,243	- 7.7	102,407	+ 10.5	137,650	+ 5.1
23	Book and stationery stores	6,292	+ 5.8	19,077	- 2.0	25,370	- 0.2
24	Florists	-	-	12,057	+ 12.1	12,057	+ 12.1
25	Jewellery stores	4,499	- 6.0	8,753	- 5.0	13,251	- 5.4
26	Sporting goods and accessories stores	5,510	- 6.4	63,814	+ 14.6	69,324	+ 12.6
27	Personal accessories stores	17,364	+ 5.1	34,973	+ 6.3	52,337	+ 5.9
28	All other stores	145,923	+ 2.9	237,534	+ 9.8	383,457	+ 7.1
29	All stores	1,011,031	+ 3.5	2,569,191	+ 2.1	3,580,222	+ 2.5

ESTIMATIONS REVISÉES

TABEAU 19. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Metropolitan Montreal - Zone métropolitaine de Montréal

September - 1989 - Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	263,685	+ 6.2	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	96,536	- 7.6	Épiceries, confiseries et articles divers	2
1,985	+ 16.8	50,386	- 3.1	52,371	- 2.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
121,334	- 2.0	-	-	121,334	- 2.0	Grands magasins	4
x	x	x	x	8,702	+ 18.9	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	6,822*	...	6,822*	...	Magasins généraux	6
x	x	x	x	8,457	- 0.1	Bazars	7
-	-	300,833	- 2.4	300,833	- 2.4	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	10,155	- 10.8	10,155	- 10.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
34,366	+ 20.0	76,824	- 5.1	111,190	+ 1.4	Stations-service	10
-	-	12,358	+ 4.0	12,358	+ 4.0	Garages	11
x	x	x	x	25,148	+ 13.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
12,235	+ 5.4	6,330	- 2.2	18,565	+ 2.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
30,331	+ 2.9	16,826	- 6.0	47,157	- 0.4	Magasins de vêtements pour dames	14
28,379	+ 13.6	10,235*	...	38,614*	+ 20.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
4,608	+ 1.0	4,001*	...	8,608*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
18,588	+ 4.7	6,365	- 12.1	24,953	- 0.1	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	29,893	+ 9.6	Quincailleries	18
9,937	+ 23.3	17,095	- 10.7	27,031	- 0.6	Magasins de meubles	19
-	-	6,853	- 11.2	6,853	- 11.2	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	19,475	- 0.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
21,771	- 14.0	47,049	+ 15.6	68,820	+ 4.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
4,011	+ 10.3	10,981	+ 6.2	14,992	+ 7.2	Librairies et papeteries	23
-	-	6,585	+ 24.6	6,585	+ 24.6	Fleuristes	24
3,422	+ 4.7	3,850	-	7,272	+ 2.1	Bijouteries	25
3,481	- 9.6	18,689	- 7.6	22,170	- 7.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
11,336	- 0.8	16,285	+ 25.3	27,621	+ 13.0	Magasins d'accessoires personnels	27
103,076	+ 4.3	95,354	+ 8.3	198,430	+ 6.2	Tous les autres magasins	28
580,998	+ 3.0	1,003,632	+ 1.8	1,584,630	+ 2.3	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 20. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Ontario

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	636,626	+ 3.5	310,021	+ 16.5	946,647	+ 7.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	120,918	+ 1.7	113,569	+ 2.4	234,486	+ 2.0
3	All other food stores	13,458	- 0.2	80,194	+ 10.5	93,652	+ 8.8
4	Department stores	473,813	+ 3.8	-	-	473,813	+ 3.8
5	General merchandise stores	106,436	--	36,949	+ 21.9	143,385	+ 4.9
6	General stores	x	x	x	x	21,112	+ 7.9
7	Variety stores	20,146	+ 0.2	3,893	- 0.8	24,039	--
8	Motor vehicle dealers	-	-	1,149,744	+ 0.2	1,149,744	+ 0.2
9	Used car dealers	-	-	35,069	- 8.0	35,069	- 8.0
10	Service stations	156,714	+ 13.4	220,663	+ 3.1	377,377	+ 7.1
11	Garages	x	x	x	x	69,233	+ 9.2
12	Automotive parts and accessories stores	3,314	- 2.8	151,548	+ 10.3	154,862	+ 10.0
13	Men's clothing stores	42,423	+ 8.1	21,604	- 6.0	64,027	+ 2.9
14	Women's clothing stores	86,910	+ 3.6	34,723	+ 7.3	121,633	+ 4.7
15	Family clothing stores	50,237	+ 6.9	14,240	+ 0.5	64,478	+ 5.5
16	Specialty shoe stores	6,536	+ 2.3	3,532	- 4.3	10,068	- 0.1
17	Family shoe stores	35,185	+ 13.4	13,602	+ 6.4	48,788	+ 11.4
18	Hardware stores	x	x	x	x	54,399	+ 11.0
19	Household furniture stores	22,355	+ 16.0	56,666	+ 17.6	79,021	+ 17.1
20	Household appliance stores	5,900	+ 7.3	23,126	+ 13.1	29,026	+ 11.9
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	38,679	- 1.3	11,250	- 1.8	49,929	- 1.4
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	96,635	+ 7.4	163,424	+ 1.1	260,059	+ 3.4
23	Book and stationery stores	19,911	+ 11.7	15,039	+ 9.8	34,950	+ 10.9
24	Florists	1,080	+ 6.4	21,211	+ 2.7	22,291	+ 2.8
25	Jewellery stores	19,060	+ 5.5	19,184	- 0.3	38,243	+ 2.5
26	Sporting goods and accessories stores	26,661	+ 6.7	49,014	+ 7.5	75,675	+ 7.2
27	Personal accessories stores	43,961	+ 9.0	62,056	+ 11.0	106,017	+ 10.2
28	All other stores	400,447	+ 6.2	335,630	+ 4.4	736,077	+ 5.3
29	All stores	2,439,942	+ 5.0	3,078,157	+ 4.5	5,518,099	+ 4.7

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 20. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Metropolitan Toronto - Zone métropolitaine de Toronto

September - 1989 - Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
251,394	+ 5.1	67,925	+ 14.0	319,319	+ 6.8	Épicerie - Boucheries	1
32,714	+ 1.3	34,598	+ 4.9	67,313	+ 3.1	Épicerie, confiseries et articles divers	2
5,509	- 0.5	45,707	+ 3.8	51,215	+ 3.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
185,700	--	-	-	185,700	--	Grands magasins	4
30,139	- 1.0	7,129	- 4.4	37,268	- 1.7	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	639	+ 2.9	639	+ 2.9	Magasins généraux	6
3,962	- 1.0	342	+ 2.0	4,304	- 0.8	Bazars	7
-	-	477,481	+ 0.8	477,481	+ 0.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	9,489	- 3.8	9,489	- 3.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
67,176	+ 14.1	77,372	+ 2.9	144,548	+ 7.8	Stations-service	10
-	-	15,893	- 12.4	15,893	- 12.4	Garages	11
x	x	x	x	43,894	+ 4.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
23,176	+ 6.1	7,932	- 11.4	31,108	+ 1.0	Magasins de vêtements pour hommes	13
41,546	+ 3.0	16,283	+ 9.2	57,829	+ 4.6	Magasins de vêtements pour dames	14
26,306	+ 12.1	4,656	- 12.2	30,963	+ 7.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
4,350	+ 6.5	2,182	- 10.0	6,531	+ 0.3	Magasins de chaussures spécialisées	16
17,703	+ 9.0	6,006	+ 1.0	23,709	+ 6.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	12,384	+ 4.2	Quincailleries	18
15,566	+ 15.1	10,817	- 5.0	26,382	+ 5.8	Magasins de meubles	19
4,874	+ 5.5	9,450	+ 21.6	14,324	+ 15.6	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	25,328	- 5.3	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
29,178	+ 15.6	70,284	+ 7.2	99,462	+ 9.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
9,001	+ 6.4	6,181	--	15,183	+ 3.7	Librairies et papeteries	23
412	+ 13.3	8,574	+ 9.8	8,986	+ 10.0	Fleuristes	24
7,384	+ 3.7	9,484	- 3.8	16,867	- 0.7	Bijouteries	25
13,905	+ 10.8	8,369	+ 2.1	22,274	+ 7.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
23,459	+ 11.4	33,239	+ 29.9	56,698	+ 21.5	Magasins d'accessoires personnels	27
144,909	+ 6.7	141,123	+ 2.1	286,032	+ 4.4	Tous les autres magasins	28
964,835	+ 5.1	1,126,287	+ 3.0	2,091,122	+ 4.0	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 21. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Manitoba

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	121,794	+ 9.1
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	21,569	+ 9.8
3	All other food stores	799	+ 10.8	5,782	+ 22.2	6,581	+ 20.7
4	Department stores	47,432	+ 0.2	-	-	47,432	+ 0.2
5	General merchandise stores	x	x	x	x	13,268	+ 4.4
6	General stores	x	x	x	x	13,788	- 12.3
7	Variety stores	x	x	x	x	3,224	+ 6.3
8	Motor vehicle dealers	-	-	96,141	- 1.0	96,141	- 1.0
9	Used car dealers	-	-	4,819*	...	4,819*	...
10	Service stations	14,749	+ 13.2	34,849	+ 4.1	49,598	+ 6.6
11	Garages	-	-	3,378	+ 12.1	3,378	+ 12.1
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	10,886	+ 33.1
13	Men's clothing stores	3,486	+ 11.2	940	- 2.8	4,426	+ 7.9
14	Women's clothing stores	8,244	+ 5.7	1,637	- 11.5	9,880	+ 2.4
15	Family clothing stores	6,877	+ 8.2	481*	...	7,357*	+ 4.0
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	574	- 6.5
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,958	+ 7.8
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,374	- 8.2
19	Household furniture stores	x	x	x	x	6,511	- 3.4
20	Household appliance stores	-	-	611	- 0.2	611	- 0.2
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	4,394	- 5.6	2,202	+ 5.1	6,595	- 2.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	18,526	+ 5.2
23	Book and stationery stores	2,168	+ 2.0	1,118	+ 6.6	3,286	+ 3.6
24	Florists	x	x	x	x	1,295	+ 3.2
25	Jewellery stores	1,749	+ 2.2	1,127	- 0.6	2,876	+ 1.0
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	6,772	+ 5.0
27	Personal accessories stores	2,058	- 5.0	2,213	- 9.7	4,271	- 7.5
28	All other stores	22,991	+ 11.3	32,566	- 2.0	55,558	+ 3.1
29	All stores	245,281	+ 6.6	283,068	+ 2.3	528,349	+ 4.3

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 21. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Metropolitan Winnipeg - Zone métropolitaine de Winnipeg

September - 1989 - Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	87,222	+ 10.1	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	12,128	+ 11.5	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	4,900	+ 25.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
43,375	+ 0.3	-	-	43,375	+ 0.3	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	x	x	x	x	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	51,012	- 7.5	51,012	- 7.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	3,006*	...	3,006*	...	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	29,152	- 1.1	Stations-service	10
-	-	1,419	+ 13.9	1,419	+ 13.9	Garages	11
x	x	x	x	6,631	+ 25.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
2,625	+ 4.1	296*	...	2,921*	- 1.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
7,356	+ 5.0	1,087	+ 10.7	8,443	+ 5.7	Magasins de vêtements pour dames	14
4,471	+ 9.0	79*	...	4,549*	+ 7.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	574	- 6.5	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	2,404	+ 9.3	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	1,717	- 7.3	Quincailleries	18
x	x	x	x	4,328	- 4.1	Magasins de meubles	19
-	-	270	+ 5.4	270	+ 5.4	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	5,103	- 7.4	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	11,077	--	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
2,006	+ 2.2	582	+ 11.3	2,588	+ 4.1	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	462	- 10.5	Fleuristes	24
x	x	x	x	2,105	--	Bijouteries	25
x	x	x	x	3,518	- 7.7	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
1,866	+ 7.6	1,857	- 9.3	3,723	- 1.5	Magasins d'accessoires personnels	27
20,410	+ 12.8	22,075	- 8.3	42,485	+ 0.7	Tous les autres magasins	28
198,921	+ 6.2	141,869	- 1.9	340,790	+ 2.6	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 22. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Saskatchewan

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	84,235	+ 6.5
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,143	- 1.8
3	All other food stores	336	- 3.4	3,186	- 0.1	3,522	- 0.4
4	Department stores	31,577	- 1.4	-	-	31,577	- 1.4
5	General merchandise stores	10,886	- 1.7	1,166	+ 19.5	12,052	--
6	General stores	9,080	- 0.9	18,437	- 1.8	27,517	- 1.5
7	Variety stores	3,297	- 6.3	240	+ 3.3	3,537	- 5.7
8	Motor vehicle dealers	-	-	100,783	+ 6.9	100,783	+ 6.9
9	Used car dealers	-	-	3,543*	...	3,543*	...
10	Service stations	9,950*	...	32,222	+ 18.8	42,172*	+ 25.3
11	Garages	-	-	4,025	+ 34.6	4,025	+ 34.6
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	12,555	+ 3.1
13	Men's clothing stores	2,710	+ 10.4	1,536	+ 15.8	4,246	+ 12.3
14	Women's clothing stores	6,641	+ 13.2	2,472	+ 2.1	9,113	+ 9.9
15	Family clothing stores	5,301	+ 14.4	676	- 5.1	5,977	+ 11.8
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	414	+ 24.6
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,889	- 7.2
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,981	- 13.5
19	Household furniture stores	-	-	3,623	+ 10.2	3,623	+ 10.2
20	Household appliance stores	-	-	1,992	+ 3.4	1,992	+ 3.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	3,159	+ 0.5
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	18,205	+ 8.3
23	Book and stationery stores	1,210	- 3.7	922	+ 1.0	2,132	- 1.7
24	Florists	x	x	x	x	1,066	- 7.8
25	Jewellery stores	1,350	+ 0.4	1,791	+ 5.3	3,141	+ 3.1
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	6,779	- 3.7
27	Personal accessories stores	1,374	+ 14.3	2,198	+ 1.9	3,572	+ 6.4
28	All other stores	23,047	+ 5.1	37,051	- 4.3	60,098	- 0.9
29	All stores	186,696	+ 6.4	289,354	+ 4.3	476,050	+ 5.1

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 22. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Alberta

September - 1989 - Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
200,114	+ 10.1	38,988	+ 2.5	239,101	+ 8.8	Épicerie - Boucheries	1
19,601	+ 7.7	28,410	- 0.9	48,012	+ 2.4	Épicerie, confiseries et articles divers	2
701	- 4.7	14,171	+ 3.5	14,873	+ 3.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
126,797	+ 3.1	-	-	126,797	+ 3.1	Grands magasins	4
16,745	+ 12.1	7,224	+ 21.2	23,969	+ 14.7	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	52,518	- 10.7	Magasins généraux	6
4,475	+ 8.9	414	- 10.8	4,889	+ 6.9	Bazars	7
x	x	x	x	328,066	+ 12.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	5,928*	...	5,928*	...	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
33,848	+ 13.3	55,365	+ 16.1	89,213	+ 15.1	Stations-service	10
x	x	x	x	7,663	+ 0.8	Garages	11
x	x	x	x	35,621	- 0.2	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
12,242	+ 16.3	7,430	- 7.7	19,671	+ 5.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
24,774	+ 13.3	6,751	+ 9.3	31,526	+ 12.4	Magasins de vêtements pour dames	14
19,777	+ 7.4	4,764	+ 23.2	24,541	+ 10.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
812	- 18.1	2,522	+ 21.8	3,335	+ 8.8	Magasins de chaussures spécialisées	16
7,508	+ 10.6	1,942	+ 6.5	9,450	+ 9.7	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	13,683	+ 15.5	Quincailleries	18
x	x	x	x	15,836	+ 23.0	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	9,458	+ 6.3	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	19,391	+ 21.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
20,098	+ 29.6	53,728	+ 6.3	73,826	+ 11.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
5,087	- 16.0	2,730	+ 7.3	7,816	- 9.1	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	4,859	+ 4.2	Fleuristes	24
4,904	+ 9.2	5,197*	...	10,101*	- 17.1	Bijouteries	25
7,813	+ 9.0	18,444	+ 0.1	26,257	+ 2.6	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
10,507	+ 24.3	6,027	+ 11.1	16,534	+ 19.2	Magasins d'accessoires personnels	27
93,581	+ 10.9	93,769	+ 17.6	187,351	+ 14.2	Tous les autres magasins	28
676,341	+ 7.0	773,943	+ 10.9	1,450,284	+ 9.1	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 23. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

British Columbia - Colombie-Britannique

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	244,860	+ 10.3	102,523	+ 4.1	347,383	+ 8.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	20,544	+ 4.4	49,367	+ 3.8	69,912	+ 4.0
3	All other food stores	3,573	- 2.1	27,255	+ 16.7	30,828	+ 14.2
4	Department stores	157,575	+ 2.7	-	-	157,575	+ 2.7
5	General merchandise stores	15,216	+ 13.2	5,545	+ 6.5	20,760	+ 11.3
6	General stores	x	x	x	x	13,451	+ 8.6
7	Variety stores	5,739	+ 3.6	739	+ 19.8	6,478	+ 5.2
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	324,222	+ 9.4
9	Used car dealers	-	-	14,344	+ 3.0	14,344	+ 3.0
10	Service stations	51,517	+ 10.5	94,444	+ 25.0	145,961	+ 19.5
11	Garages	-	-	15,272	- 0.8	15,272	- 0.8
12	Automotive parts and accessories stores	9,022	+ 8.2	15,711	+ 6.6	24,733	+ 7.2
13	Men's clothing stores	8,674	+ 8.6	4,874	+ 14.2	13,548	+ 10.6
14	Women's clothing stores	21,369	+ 9.3	15,283	+ 20.2	36,652	+ 13.6
15	Family clothing stores	18,517	+ 4.7	7,650	+ 19.6	26,166	+ 8.7
16	Specialty shoe stores	1,440*	...	2,252	+ 2.2	3,692*	+ 22.1
17	Family shoe stores	6,760	+ 10.2	3,630	--	10,390	+ 6.4
18	Hardware stores	x	x	x	x	12,386	+ 13.1
19	Household furniture stores	x	x	x	x	22,608	+ 29.5
20	Household appliance stores	298*	...	3,907	+ 12.4	4,205*	+ 8.8
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	14,341	+ 26.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	30,449	+ 8.2	45,320	+ 1.2	75,769	+ 3.9
23	Book and stationery stores	3,389	- 3.5	5,303	+ 16.8	8,692	+ 7.9
24	Florists	x	x	x	x	5,249	+ 16.9
25	Jewellery stores	4,996	+ 12.7	7,588	+ 9.2	12,583	+ 10.6
26	Sporting goods and accessories stores	9,194	+ 15.8	25,435	+ 23.5	34,629	+ 21.3
27	Personal accessories stores	9,396	+ 5.9	25,448	+ 7.0	34,844	+ 6.7
28	All other stores	110,592	+ 29.0	127,602	+ 19.4	238,195	+ 23.7
29	All stores	762,625	+ 11.0	962,245	+ 11.3	1,724,870	+ 11.2

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 23. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Metropolitan Vancouver - Zone métropolitaine de Vancouver

September - 1989 - Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	156,350	+ 8.4	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	40,202	+ 0.7	Épiceries, confiseries et articles divers	2
2,883	- 2.1	16,092	+ 20.8	18,976	+ 16.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
89,991	+ 0.1	-	-	89,991	+ 0.1	Grands magasins	4
x	x	x	x	6,144	+ 6.7	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	155	- 11.9	155	- 11.9	Magasins généraux	6
x	x	x	x	664*	...	Bazars	7
x	x	x	x	181,921	+ 8.9	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	5,351	- 6.5	5,351	- 6.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
22,489	+ 8.2	28,542	+ 22.3	51,031	+ 15.6	Stations-service	10
-	-	7,396	- 5.2	7,396	- 5.2	Garages	11
x	x	x	x	11,691	+ 9.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
6,519	+ 9.7	2,211	+ 25.6	8,730	+ 13.4	Magasins de vêtements pour hommes	13
13,289	+ 8.9	10,761	+ 20.7	24,050	+ 13.9	Magasins de vêtements pour dames	14
8,064	+ 0.5	3,649	+ 24.5	11,712	+ 7.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	2,010	+ 27.9	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	5,830	+ 4.1	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	4,388	+ 28.6	Quincailleries	18
6,708	+ 27.2	8,279	+ 26.8	14,987	+ 27.0	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	2,104	- 4.5	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	8,654	+ 8.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	39,093	- 1.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
2,171	+ 9.9	1,868	+ 16.3	4,039	+ 12.8	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	2,354	+ 7.3	Fleuristes	24
3,010	+ 8.7	5,108	+ 9.5	8,117	+ 9.2	Bijouteries	25
x	x	x	x	18,044	+ 17.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
6,962	+ 3.3	16,595	+ 5.1	23,557	+ 4.6	Magasins d'accessoires personnels	27
59,712	+ 34.9	55,930	+ 17.5	115,642	+ 25.9	Tous les autres magasins	28
422,455	+ 10.1	440,730	+ 9.3	863,185	+ 9.7	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 24. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Yukon and Northwest Territories - Yukon et Territoires du Nord-Ouest

September - 1989 - Septembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	-	-	7,083	+ 11.9	7,083	+ 11.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	-	-	1,552	+ 4.0	1,552	+ 4.0
3	All other food stores	-	-	352*	...	352*	...
4	Department stores	-	-	-	-	-	-
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	x	x	x	x	13,165	+ 11.3
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	4,180	- 18.9	4,180	- 18.9
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	-	-	1,715	- 20.2	1,715	- 20.2
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	577	- 8.5
13	Men's clothing stores	-	-	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	-	-	108	+ 14.2	108	+ 14.2
15	Family clothing stores	x	x	x	x	252	+ 12.2
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	-	-	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	600	- 11.1	600	- 11.1
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	-	-	1,557	+ 14.2	1,557	+ 14.2
23	Book and stationery stores	-	-	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	-	-	690	+ 2.8	690	+ 2.8
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	1,053	+ 24.2
28	All other stores	x	x	x	x	4,219	- 1.4
29	All stores	16,697	+ 10.0	25,112	+ 0.9	41,809	+ 4.4

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 24. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Canada

September - 1989 - Septembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,630,843	+ 6.3	913,640	+ 9.9	2,544,483	+ 7.5	Épiceries - Boucheries	1
186,614	+ 4.8	544,821	+ 1.4	731,435	+ 2.3	Épiceries, confiseries et articles divers	2
24,453	+ 2.1	238,574	+ 5.7	263,028	+ 5.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,135,644	+ 2.6	-	-	1,135,644	+ 2.6	Grands magasins	4
217,873	+ 3.5	75,196	+ 13.9	293,069	+ 6.0	Magasins de marchandises diverses	5
80,050	- 5.7	130,102	+ 5.3	210,152	+ 0.8	Magasins généraux	6
71,949	- 1.3	12,475	+ 4.5	84,423	- 0.5	Bazars	7
34,823	+ 5.0	2,875,846	+ 2.2	2,910,669	+ 2.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	104,090	- 5.7	104,090	- 5.7	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
347,290	+ 11.4	802,472	+ 7.5	1,149,761	+ 8.6	Stations-service	10
x	x	x	x	161,766	+ 1.4	Garages	11
19,436	- 3.8	315,721	+ 7.8	335,157	+ 7.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
91,508	+ 8.8	57,514	- 2.9	149,022	+ 3.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
217,237	+ 5.7	106,940	+ 3.4	324,177	+ 4.9	Magasins de vêtements pour dames	14
167,519	+ 10.9	68,724	+ 6.6	236,243	+ 9.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
16,309	+ 4.2	15,487	+ 12.9	31,796	+ 8.2	Magasins de chaussures spécialisées	16
93,947	+ 8.7	33,279	- 1.1	127,226	+ 5.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
22,741	- 1.2	143,772	+ 10.1	166,513	+ 8.4	Quincailleries	18
54,564	+ 19.4	144,038	+ 8.3	198,601	+ 11.2	Magasins de meubles	19
6,637	+ 7.9	58,433	+ 6.4	65,071	+ 6.5	Magasins d'appareils ménagers	20
94,450	+ 7.9	61,609	- 4.2	156,059	+ 2.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
201,934	+ 6.4	457,632	+ 4.5	659,566	+ 5.1	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
41,530	+ 3.3	46,726	+ 4.4	88,256	+ 3.9	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	49,803	+ 6.9	Fleuristes	24
40,680	+ 5.6	45,426	- 4.2	86,106	+ 0.1	Bijouteries	25
57,053	+ 7.6	173,023	+ 10.3	230,076	+ 9.6	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
87,936	+ 9.3	143,219	+ 8.6	231,156	+ 8.9	Magasins d'accessoires personnels	27
861,510	+ 8.9	936,770	+ 8.7	1,798,280	+ 8.8	Tous les autres magasins	28
5,807,084	+ 6.0	8,714,544	+ 5.0	14,521,628	+ 5.4	Ensemble des magasins	29

Supplementary Data

Retail Trade

Données supplémentaires

Commerce de détail

TABLE 25. Retail Trade, Seasonally Adjusted, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area¹**Canada**

		1989						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		millions of dollars – millions de dollars						
Kind of business:								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,405.7	2,382.4	2,405.8	2,417.3	2,442.4	2,455.7	2,469.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	689.3	692.3	691.2	676.2	701.0	699.8	703.5
3	All other food stores	258.9	257.9	255.5	257.8	257.5	263.8	266.1
4	Department stores	1,107.9	1,113.6	1,118.7	1,131.3	1,159.5	1,154.8	1,143.2
5	General merchandise stores	265.2	274.7	253.0	272.4	275.0	275.5	292.3
6	General stores	204.8	207.3	199.4	205.9	203.8	209.4	211.8
7	Variety stores	84.1	84.9	82.1	82.6	85.1	84.3	83.0
8	Motor vehicle dealers	3,048.9	3,058.7	3,011.0	3,130.6	3,075.1	3,031.0	2,960.4
9	Used car dealers	108.9	108.5	100.9	105.5	103.9	105.8	101.5
10	Service stations	1,062.8	1,079.9	1,097.4	1,111.0	1,131.3	1,129.5	1,135.5
11	Garages	156.2	158.6	158.3	158.9	162.0	163.7	161.8
12	Automotive parts and accessories stores	342.0	341.4	337.4	345.3	349.5	348.8	346.7
13	Men's clothing stores	144.9	145.2	142.5	147.1	148.5	154.8	145.4
14	Women's clothing stores	280.6	280.9	279.6	286.3	291.8	295.7	293.6
15	Family clothing stores	204.4	203.9	205.9	209.7	217.0	217.6	213.2
16	Specialty shoe stores	27.9	27.8	26.5	28.6	27.4	28.8	27.8
17	Family shoe stores	112.6	110.7	106.1	109.5	114.2	115.1	116.4
18	Hardware stores	164.0	165.0	158.1	166.0	167.7	169.7	166.1
19	Household furniture stores	186.1	186.4	179.6	186.4	178.6	177.2	176.4
20	Household appliance stores	59.7	56.8	57.0	60.8	60.4	60.7	59.6
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	144.7	148.7	148.0	154.6	156.4	162.1	149.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	655.3	657.7	673.5	661.5	668.1	675.7	677.2
23	Book and stationery stores	86.4	90.6	90.7	87.0	89.6	92.1	89.9
24	Florists	56.1	55.1	54.8	56.2	55.4	57.3	55.7
25	Jewellery stores	101.4	102.3	102.7	102.9	102.2	103.6	101.7
26	Sporting goods and accessories stores	245.0	230.9	222.3	231.5	244.8	236.9	241.5
27	Personal accessories stores	226.3	221.2	230.9	233.5	234.5	238.7	237.7
28	All other stores	1,727.7	1,701.0	1,709.8	1,755.3	1,751.9	1,767.8	1,781.5
29	TOTAL ALL STORES	14,158.0	14,144.4	14,099.2	14,371.5	14,454.6	14,476.0	14,408.7
Regions and Selected Metropolitan Areas								
30	Newfoundland	264.2	265.5	266.9	272.9	273.3	279.3	273.3
31	Prince Edward Island	61.1	60.2	60.6	60.8	57.2	60.8	62.1
32	Nova Scotia	485.6	480.4	485.7	480.4	479.0	483.4	486.6
33	New Brunswick	358.1	351.9	359.9	360.0	359.6	360.6	361.1
34	Québec	3,481.5	3,488.7	3,475.7	3,525.9	3,551.5	3,577.0	3,568.5
35	Ontario	5,520.9	5,499.4	5,433.4	5,581.6	5,614.4	5,514.2	5,503.8
36	Manitoba	502.1	530.3	504.7	527.8	528.2	527.8	524.0
37	Saskatchewan	459.4	461.1	464.6	467.5	468.2	450.3	476.0
38	Alberta	1,370.0	1,354.6	1,377.5	1,461.1	1,423.3	1,424.4	1,431.3
39	British Columbia	1,633.4	1,638.0	1,623.9	1,679.4	1,688.1	1,709.5	1,719.7
40	Yukon and Northwest Territories	38.9	39.1	37.2	40.1	39.5	40.7	39.3
41	Montréal	1,534.1	1,553.6	1,545.2	1,562.3	1,582.3	1,566.4	1,569.1
42	Toronto	2,117.0	2,098.6	2,058.7	2,132.8	2,162.7	2,109.4	2,117.3
43	Winnipeg	327.3	337.7	324.4	334.1	336.5	332.2	332.5
44	Vancouver	839.3	835.3	837.3	861.5	864.2	879.5	877.6

¹ Each series of Table 25 excluding the "total all stores" has been adjusted separately by dividing the unadjusted series by the appropriate combined factor in Table 27. The total all stores has been derived by the summation of the seasonally adjusted kinds of business totals.

² Per cent change is calculated on data expressed in thousands of dollars.

TABLEAU 25. Commerce de détail, désaisonnalisé, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine¹

Canada

1989			1988			Per cent change ²			
						Variation procentuelle ²			
August ^r	September ^r	October ^P	October	November	December	September/ August 1989	October/ September 1989		
Août ^r	Septembre ^r	Octobre ^P	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre Août 1989	Octobre/ Septembre 1989		NO
millions of dollars – millions de dollars									
Genre de commerce:									
2,440.9	2,469.3	2,471.9	2,370.8	2,326.0	2,380.1	+ 1.2	+ 0.1	Épiceries - Boucheries	1
705.6	709.3	712.6	701.4	718.8	674.8	+ 0.5	+ 0.5	Épiceries, confiseries et articles divers	2
265.6	266.9	264.5	255.4	257.0	260.6	+ 0.5	- 0.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,158.9	1,142.7	1,165.2	1,121.5	1,115.0	1,129.8	- 1.4	+ 2.0	Grands magasins	4
276.3	279.4	261.2	264.7	261.5	267.5	+ 1.1	- 6.5	Magasins de marchandises diverses	5
209.9	205.5	210.0	210.4	207.9	201.2	- 2.1	+ 2.2	Magasins généraux	6
86.1	84.2	89.4	86.9	89.8	85.3	- 2.3	+ 6.2	Bazars	7
2,976.2	3,219.1	3,020.7	2,989.6	3,066.8	3,236.5	+ 8.2	- 6.2	Concessionnaires d'automobiles	8
103.7	101.8	106.4	104.6	107.1	109.9	- 1.8	+ 4.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,136.1	1,143.0	1,146.1	1,054.3	1,053.1	1,072.7	+ 0.6	+ 0.3	Stations-service	10
161.0	162.3	163.1	157.0	157.9	153.9	+ 0.8	+ 0.5	Garages	11
344.2	343.7	339.9	332.2	307.9	335.5	- 0.2	- 1.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
146.6	149.1	148.1	146.3	143.3	147.8	+ 1.7	- 0.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
290.7	291.4	284.2	286.6	280.5	287.7	+ 0.2	- 2.4	Magasins de vêtements pour dames	14
211.6	217.9	217.1	207.7	202.6	209.1	+ 3.0	- 0.4	Magasins de vêtements pour la famille	15
27.8	28.3	29.0	27.5	24.0	30.8	+ 1.9	+ 2.3	Magasins de chaussures spécialisées	16
114.5	112.8	114.5	112.7	96.6	113.6	- 1.4	+ 1.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
171.1	166.4	166.5	155.0	158.5	158.9	- 2.7	+ 0.1	Quincailleries	18
180.0	184.8	180.7	165.7	179.0	177.0	+ 2.6	- 2.2	Magasins de meubles	19
60.5	61.4	60.5	58.0	59.2	58.8	+ 1.6	- 1.5	Magasins d'appareils ménagers	20
155.0	149.5	152.0	142.3	145.8	145.6	- 3.5	+ 1.6	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
682.6	675.7	686.0	637.5	646.2	652.9	- 1.0	+ 1.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
91.3	89.4	87.6	85.5	86.6	91.1	- 2.0	- 2.0	Librairies et papeteries	23
58.2	56.7	56.7	53.2	56.8	55.2	- 2.7	+ 0.1	Fleuristes	24
101.8	102.3	101.8	103.4	101.8	103.8	+ 0.5	- 0.5	Bijouteries	25
241.7	248.0	250.1	230.2	227.7	236.1	+ 2.6	+ 0.8	Magasins d'articles de sport et accessoires	26
237.4	236.5	232.5	220.2	233.0	227.7	- 0.4	- 1.7	Magasins d'accessoires personnels	27
1,763.0	1,786.4	1,770.9	1,677.2	1,654.9	1,682.9	+ 1.3	- 0.9	Tous les autres magasins	28
14,398.4	14,683.9	14,489.1	13,958.1	13,965.2	14,286.9	+ 2.0	- 1.3	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines:									
269.9	278.1	272.2	259.9	260.5	272.2	+ 3.0	- 2.1	Terre-Neuve	30
61.5	63.7	61.5	59.6	60.9	60.9	+ 3.7	- 3.6	Île-du-Prince-Édouard	31
487.4	506.2	475.8	476.3	473.9	482.2	+ 3.9	- 6.0	Nouvelle-Ecosse	32
367.3	366.7	368.4	349.6	349.3	352.2	- 0.1	+ 0.4	Nouveau-Brunswick	33
3,524.1	3,597.8	3,559.5	3,502.1	3,454.8	3,528.6	+ 2.1	- 1.1	Québec	34
5,517.7	5,593.6	5,537.3	5,394.1	5,348.1	5,482.5	+ 1.4	- 1.0	Ontario	35
514.5	524.8	518.3	500.0	508.2	504.9	+ 2.0	- 1.2	Manitoba	36
464.4	487.2	471.7	464.9	460.3	459.7	+ 4.9	- 3.2	Saskatchewan	37
1,434.0	1,455.4	1,461.0	1,356.7	1,365.0	1,375.0	+ 1.5	+ 0.4	Alberta	38
1,722.2	1,725.8	1,742.1	1,577.2	1,603.3	1,623.5	+ 0.2	+ 0.9	Colombie-Britannique	39
40.3	39.7	40.7	38.6	39.1	38.6	- 1.5	+ 2.5	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
1,558.0	1,593.8	1,572.8	1,562.2	1,543.3	1,570.3	+ 2.3	- 1.3	Montréal	41
2,138.6	2,146.3	2,141.1	2,088.3	2,041.1	2,107.9	+ 0.4	- 0.2	Toronto	42
331.4	334.5	332.8	325.2	328.4	326.1	+ 0.9	- 0.5	Winnipeg	43
874.8	871.4	877.6	806.1	817.8	829.8	- 0.4	+ 0.7	Vancouver	44

¹ Chacune des séries du tableau 25 excluant "l'ensemble des magasins" a été ajustée individuellement en divisant la série brute par le facteur combiné approprié du tableau 27. Le total pour l'ensemble des magasins a été obtenu en additionnant les totaux désaisonnalisés de tous les genres de commerce.

² Les variations procentuelles sont calculées sur des données exprimées en milliers de dollars.

TABLE 26. Retail Trade, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area**Canada**

		1989						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		millions of dollars – millions de dollars						
Kind of business:								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,214.9	2,160.0	2,453.5	2,363.3	2,431.5	2,613.4	2,446.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	613.2	585.0	656.6	654.6	721.9	753.8	781.1
3	All other food stores	225.3	221.2	253.4	240.2	263.0	280.8	279.2
4	Department stores	738.4	734.0	967.3	1,022.1	1,131.6	1,130.7	963.8
5	General merchandise stores	210.6	205.0	240.4	244.9	264.4	265.5	245.9
6	General stores	169.4	166.5	188.3	192.7	216.1	232.2	219.6
7	Variety stores	52.1	55.1	70.3	72.5	83.8	86.3	77.5
8	Motor vehicle dealers	2,322.8	2,596.4	3,279.3	3,799.0	3,830.8	3,467.8	2,936.5
9	Used car dealers	82.3	87.2	110.2	119.5	124.7	120.4	103.3
10	Service stations	981.6	954.9	1,069.0	1,056.4	1,177.2	1,205.0	1,230.4
11	Garages	140.4	136.2	152.8	156.9	175.4	178.2	165.4
12	Automotive parts and accessories stores	237.9	206.2	266.3	337.9	421.3	433.4	367.1
13	Men's clothing stores	107.2	84.5	111.0	137.0	151.8	163.8	115.1
14	Women's clothing stores	216.9	186.7	249.8	285.2	301.3	298.9	264.1
15	Family clothing stores	146.5	126.7	175.7	198.0	213.4	217.1	184.6
16	Specialty shoe stores	24.8	19.0	22.0	28.7	29.8	31.5	26.3
17	Family shoe stores	81.5	64.8	87.7	110.9	121.1	118.9	99.7
18	Hardware stores	112.9	104.8	124.0	155.1	209.1	217.3	189.8
19	Household furniture stores	160.0	151.4	163.1	175.6	175.6	185.5	179.4
20	Household appliance stores	52.0	43.8	52.5	55.8	60.5	64.0	57.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	125.8	113.2	134.0	141.7	152.4	170.7	164.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	628.6	598.2	666.1	625.3	656.6	673.8	644.7
23	Book and stationery stores	74.4	75.3	80.9	69.2	75.9	80.3	74.7
24	Florists	39.9	57.4	55.9	50.9	80.9	60.4	43.7
25	Jewellery stores	64.7	66.0	71.1	77.3	92.7	99.8	85.9
26	Sporting goods and accessories stores	185.0	153.8	183.7	240.0	319.2	314.0	274.9
27	Personal accessories stores	182.7	164.9	196.9	195.9	217.7	235.9	237.6
28	All other stores	1,333.9	1,283.9	1,571.0	1,584.8	1,787.4	1,896.1	1,846.6
29	TOTAL ALL STORES	11,525.8	11,402.1	13,652.7	14,391.6	15,487.0	15,595.1	14,305.3
Regions and Selected Metropolitan Areas:								
30	Newfoundland	204.9	207.8	260.0	272.5	300.3	299.6	276.2
31	Prince Edward Island	46.1	43.8	54.7	58.5	60.3	69.6	70.0
32	Nova Scotia	390.1	378.0	469.0	477.0	502.6	514.3	489.2
33	New Brunswick	283.4	278.8	345.4	348.1	384.5	385.1	365.2
34	Québec	2,763.9	2,782.2	3,418.1	3,606.7	3,973.0	3,903.8	3,560.9
35	Ontario	4,523.2	4,418.1	5,222.8	5,516.1	5,931.3	5,979.0	5,385.5
36	Manitoba	408.9	424.4	481.1	531.2	557.7	570.1	508.6
37	Saskatchewan	377.3	370.7	439.2	467.1	492.9	493.9	469.8
38	Alberta	1,126.1	1,116.9	1,342.0	1,428.3	1,496.0	1,524.2	1,400.8
39	British Columbia	1,371.3	1,350.5	1,584.9	1,649.5	1,748.1	1,810.2	1,737.3
40	Yukon and Northwest Territories	30.7	30.9	35.4	36.7	40.4	45.3	41.7
41	Montréal	1,227.9	1,241.7	1,522.7	1,596.1	1,738.4	1,707.6	1,509.8
42	Toronto	1,783.8	1,724.3	2,020.1	2,122.2	2,259.3	2,259.3	2,012.8
43	Winnipeg	266.8	270.6	312.0	335.9	353.6	349.6	316.1
44	Vancouver	727.8	705.9	821.5	847.6	886.7	922.5	863.8

TABLEAU 26. Commerce de détail, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine

Canada

1989			1988			Per cent change			
						Variation procentuelle			
August	September ^r	October ^P	October	November	December	September 1989/1988	October 1989/1988		
Août	Septembre ^r	Octobre ^P	Octobre	Novembre	Décembre	Septembre 1989/1988	Octobre 1989/1988		Nº
millions of dollars – millions de dollars						%	%		
Genre de commerce:									
2,417.8	2,544.5	2,336.5	2,330.8	2,246.2	2,812.6	+7.5	+0.2	Épiceries - Boucheries	1
768.1	731.4	711.1	706.5	684.0	712.5	+2.3	+0.6	Épiceries, confiseries et articles divers	2
273.6	263.0	254.3	249.7	246.5	329.7	+5.4	+1.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,094.9	1,135.6	1,140.7	1,112.8	1,444.5	2,184.8	+2.6	+2.5	Grands magasins	4
248.6	293.1	304.5	301.4	362.7	359.4	+6.0	+1.0	Magasins de marchandises diverses	5
221.5	210.2	213.7	214.2	207.3	240.4	+0.8	-0.2	Magasins généraux	6
85.2	84.4	87.6	86.3	106.0	163.8	-0.5	+1.5	Bazars	7
2,931.8	2,910.7	3,098.8	2,990.8	2,966.5	2,604.1	+2.2	+3.6	Concessionnaires d'automobiles	8
109.6	104.1	107.1	104.6	100.8	86.6	-5.7	+2.4	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,226.2	1,149.8	1,155.4	1,064.9	1,034.6	1,073.7	+8.6	+8.4	Stations-service	10
167.0	161.8	171.8	162.4	168.3	144.5	+1.4	+5.8	Garages	11
333.4	335.2	333.2	331.8	364.2	445.3	+7.1	+0.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
112.5	149.0	155.3	157.4	185.3	295.1	+3.9	-1.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
280.3	324.2	292.6	299.4	305.9	447.9	+4.9	-2.2	Magasins de vêtements pour dames	14
217.1	236.2	221.4	213.9	228.1	376.2	+9.6	+3.4	Magasins de vêtements pour la famille	15
27.4	31.8	31.2	29.9	26.7	36.9	+8.2	+4.3	Magasins de chaussures spécialisées	16
112.6	127.2	127.9	127.9	121.8	164.2	+5.9	--	Magasins de chaussures pour la famille	17
178.1	166.5	161.9	153.9	164.1	196.1	+8.4	+5.2	Quincailleries	18
191.6	198.6	185.4	173.8	193.3	205.3	+11.2	+6.6	Magasins de meubles	19
61.1	65.1	62.1	60.4	65.1	76.4	+6.5	+2.8	Magasins d'appareils ménagers	20
165.5	156.1	154.6	147.1	156.5	177.5	+2.7	+5.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
676.9	659.6	682.3	635.0	642.2	845.4	+5.1	+7.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
91.4	88.3	79.3	79.3	97.4	186.2	+3.9	--	Librairies et papeteries	23
49.3	49.8	48.7	46.0	48.0	84.0	+6.9	+5.8	Fleuristes	24
88.6	86.1	85.7	88.8	113.7	302.9	+0.1	-3.5	Bijouteries	25
254.6	230.1	194.7	177.0	187.8	320.6	+9.6	+10.0	Magasins d'articles de sport et accessoires	26
253.8	231.2	218.1	209.0	248.7	409.6	+8.9	+4.3	Magasins d'accessoires personnels	27
1,834.8	1,798.3	1,716.2	1,645.6	1,737.1	2,491.3	+8.8	+4.2	Tous les autres magasins	28
14,473.5	14,521.6	14,332.1	13,900.7	14,453.5	17,773.0	+5.4	+3.1	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines:									
277.2	272.7	263.3	254.0	274.7	343.8	+6.6	+3.6	Terre-Neuve	30
69.0	62.3	59.5	58.5	61.9	75.2	+6.7	+1.7	Île-du-Prince-Édouard	31
495.7	499.8	468.8	472.2	496.7	623.2	+6.7	-0.7	Nouvelle-Écosse	32
374.8	367.0	364.8	350.7	369.8	445.7	+4.5	+4.0	Nouveau-Brunswick	33
3,582.5	3,580.2	3,530.4	3,488.4	3,509.5	4,160.5	+2.5	+1.2	Québec	34
5,454.8	5,518.1	5,459.6	5,358.5	5,624.8	7,075.3	+4.7	+1.8	Ontario	35
507.2	528.3	518.1	508.2	536.4	641.7	+4.3	+1.9	Manitoba	36
468.7	476.0	480.9	473.3	485.3	570.1	+5.1	+1.6	Saskatchewan	37
1,442.3	1,450.3	1,450.3	1,354.1	1,426.1	1,738.4	+9.1	+7.1	Alberta	38
1,758.6	1,724.9	1,695.5	1,544.0	1,629.4	2,051.0	+11.2	+9.8	Colombie-Britannique	39
42.7	41.8	40.8	38.9	38.8	48.1	+4.4	+4.9	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
1,547.7	1,584.6	1,556.9	1,560.2	1,595.3	1,942.6	+2.3	-0.2	Montréal	41
2,053.0	2,091.1	2,103.1	2,071.0	2,172.7	2,759.4	+4.0	+1.5	Toronto	42
326.6	340.8	330.5	327.9	346.5	427.2	+2.6	+0.8	Winnipeg	43
864.9	863.2	860.7	794.0	836.9	1,066.9	+9.7	+8.4	Vancouver	44

TABLE 27. Retail Trade, MCD and Combined, Seasonal and Trading Day Factors

TABLEAU 27. Commerce de détail, MDC et coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux

Canada

		1989			
		MCD in October	September ^r	October ^P	November ¹
		MDC en Octobre	Septembre ^r	Octobre ^P	Novembre ¹
Combination stores (groceries and meat) – Épiceries - Boucheries	2	103.04		94.52	99.27
Grocery, confectionery and sundries stores – Épiceries, confiseries et articles divers	2	103.12		99.78	96.44
All other food stores – Tous les autres magasins d'aliments	3	98.54		96.13	98.31
Department stores – Grands magasins	3	99.38		97.90	130.97
General merchandise stores – Magasins de marchandises diverses	5	104.90		116.56	137.37
General stores – Magasins généraux	3	102.28		101.73	100.47
Variety stores – Bazaars	5	100.31		98.04	119.55
Motor vehicle dealers – Concessionnaires d'automobiles	4	90.42		102.59	96.52
Used car dealers – Vendeurs d'automobiles d'occasion	3	102.22		100.65	97.12
Service stations – Stations-service	2	100.59		100.81	98.06
Garages	3	99.65		105.35	106.67
Automotive parts and accessories stores – Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	4	97.52		98.03	117.06
Men's clothing stores – Magasins de vêtements pour hommes	4	99.93		104.87	130.42
Women's clothing stores – Magasins de vêtements pour dames	3	111.26		102.96	108.23
Family clothing stores – Magasins de vêtements pour la famille	3	108.40		101.97	112.68
Specialty shoe stores – Magasins de chaussures spécialisées	4	112.18		107.64	109.94
Family shoe stores – Magasins de chaussures pour la famille	4	112.74		111.74	126.44
Hardware stores – Quincailleries	3	100.04		97.22	103.80
Household furniture stores – Magasins de meubles	4	107.48		102.62	107.40
Household appliance stores – Magasins d'appareils ménagers	4	105.96		102.73	108.75
Furniture, TV, radio and appliance stores – Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	3	104.38		101.72	106.45
Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores – Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	2	97.61		99.46	100.15
Book and stationery stores – Librairies et papeteries	3	98.70		90.49	111.18
Florists – Fleuristes	4	87.90		85.79	85.11
Jewellery stores – Bijouteries	3	84.17		84.19	113.27
Sporting goods and accessories stores – Magasins d'articles de sport et d'accessoires	3	92.78		77.85	83.92
Personal accessories stores – Magasins d'accessoires personnels	2	97.75		93.80	107.73
All other stores – Tous les autres magasins	..	100.67		96.91	..
All stores – Total – Ensemble des magasins	..	98.89		98.92	..
Regions and Selected Metropolitan Areas – Régions et certaines zones métropolitaines:					
Newfoundland – Terre-Neuve	3	98.08		96.76	105.31
Prince Edward Island – Île-du-Prince-Édouard	3	97.82		96.77	103.75
Nova Scotia – Nouvelle-Écosse	2	98.74		98.52	105.55
New Brunswick – Nouveau-Brunswick	3	100.08		99.04	106.73
Québec	3	99.51		99.18	102.23
Ontario	3	98.65		98.60	105.66
Manitoba	3	100.68		99.97	105.86
Saskatchewan	3	97.70		101.95	106.14
Alberta	2	99.65		99.27	105.50
British Columbia – Colombie-Britannique	2	99.95		97.33	101.55
Yukon and Northwest Territories – Yukon et Territoires du Nord-Ouest	3	105.21		100.19	100.04
Montréal	3	99.43		98.99	104.59
Toronto	2	97.43		98.22	107.18
Winnipeg	3	101.87		99.31	106.57
Vancouver	2	99.06		98.07	102.11

¹ Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the Appendix VI.

¹ Prévion des coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter l'Appendice VI.

TABLE 28. Retail Trade, Canada, Current and Constant Dollar Estimates, 1987-1989

TABLEAU 28. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants, 1987-1989

	Unadjusted					Seasonally adjusted				
	Non désaisonnalisé					Désaisonnalisé				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1981 dollars	Year/year per cent change	Price index	Current dollars	Month/month per cent change	Constant 1981 dollars ¹	Month/month per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1981	Variation en pourcentage pour l'année	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1981 ¹	Variation en pourcentage pour le mois
millions of dollars - millions de dollars										
1987:										
January - Janvier	128.0	10,271.7	+5.3	8,025.3	+1.8	127.8	11,900.2	-0.6	9,312.4	-0.9
February - Février	128.0	9,951.1	+7.6	7,773.8	+4.1	127.7	12,288.6	+3.3	9,625.9	+3.4
March - Mars	128.0	11,492.2	+8.3	8,977.9	+4.3	128.1	12,345.5	+0.5	9,634.0	+0.1
April - Avril	128.1	12,867.4	+10.6	10,043.6	+6.6	128.3	12,672.1	+2.6	9,876.5	+2.5
May - Mai	128.7	13,508.4	+6.4	10,495.7	+2.9	128.7	12,605.7	-0.5	9,791.2	-0.9
June - Juin	128.8	13,608.3	+15.1	10,563.6	+11.1	129.0	12,966.3	+2.9	10,052.4	+2.7
July - Juillet	130.2	13,278.5	+11.2	10,200.9	+6.9	129.9	12,833.6	-1.0	9,882.4	-1.7
August - Août	129.8	12,728.2	+7.3	9,805.1	+3.6	129.6	12,946.3	+0.9	9,985.7	+1.0
September - Septembre	129.4	12,616.2	+9.3	9,747.6	+5.6	130.0	13,026.7	+0.6	10,022.3	+0.4
October - Octobre	130.2	13,760.8	+12.7	10,570.7	+8.7	130.7	13,221.5	+1.5	10,116.5	+0.9
November - Novembre	130.7	13,380.1	+9.7	10,237.6	+6.1	130.9	13,262.1	+0.3	10,129.7	+0.1
December - Décembre	130.4	16,269.8	+12.4	12,477.6	+8.9	131.0	13,373.6	+0.8	10,211.1	+0.8
Year - Année	129.3	153,732.8	+9.8	118,919.3	+6.0
1988:										
January - Janvier	131.8	11,134.0	+8.4	8,443.4	+5.2	131.3	13,266.7	-0.8	10,088.6	-1.2
February - Février	131.9	10,959.4	+10.1	8,300.5	+6.8	131.7	13,161.2	-0.8	9,982.0	-1.1
March - Mars	131.9	13,177.8	+14.7	9,985.6	+11.2	131.9	13,595.2	+3.3	10,293.8	+3.1
April - Avril	132.2	13,666.3	+6.2	10,331.6	+2.9	132.2	13,404.2	-1.4	10,120.5	-1.7
May - Mai	132.5	14,267.5	+5.6	10,761.7	+2.5	132.5	13,597.3	+1.4	10,242.6	+1.2
June - Juin	132.9	14,432.9	+6.1	10,853.0	+2.7	132.9	13,555.0	-0.3	10,182.4	-0.6
July - Juillet	133.9	13,960.8	+5.1	10,417.3	+2.1	133.5	13,748.8	+1.4	10,283.1	+1.0
August - Août	133.9	13,691.3	+7.5	10,218.9	+4.2	133.9	13,750.0	--	10,254.5	-0.3
September - Septembre	133.9	13,773.1	+9.1	10,275.9	+5.4	134.4	13,920.3	+1.2	10,342.5	+0.9
October - Octobre	133.9	13,900.7	+1.0	10,377.2	-1.8	134.4	13,958.1	+0.3	10,374.6	+0.3
November - Novembre	134.9	14,453.5	+8.0	10,711.0	+4.6	135.0	13,965.2	+0.1	10,333.0	-0.4
December - Décembre	135.1	17,773.0	+9.2	13,150.2	+5.4	135.3	14,286.9	+2.3	10,545.9	+2.1
Year - Année	133.4	165,190.3	+7.5	123,826.4	+4.1
1989:										
January - Janvier	135.8	11,525.8	+3.5	8,469.3	+0.3	135.8	14,158.0	-0.9	10,426.0	-1.1
February - Février	136.8	11,402.1	+4.0	8,312.3	+0.1	136.7	14,144.4	-0.1	10,344.3	-0.8
March - Mars	137.4	13,652.7	+3.6	9,937.1	-0.5	137.3	14,099.2	-0.3	10,267.7	-0.7
April - Avril	137.9	14,391.6	+5.3	10,434.9	+1.0	138.0	14,371.5	+1.9	10,414.6	+1.4
May - Mai	139.1	15,487.0	+8.5	11,136.0	+3.5	139.2	14,454.6	+0.6	10,384.2	-0.3
June - Juin	140.0	15,595.1	+8.0	11,138.8	+2.6	139.8	14,476.0	+0.1	10,354.4	-0.3
July - Juillet	141.2	14,305.3	+2.4	10,133.3	-2.7	140.5 ^r	14,408.7 ^r	-0.5 ^r	10,253.1 ^r	-0.8 ^r
August - Août	141.0	14,473.5	+5.7	10,265.1	+0.5	140.7 ^r	14,398.4 ^r	-0.1 ^r	10,233.8 ^r	-0.2 ^r
September ^r - Septembre ^r	140.6	14,521.6	+5.4	10,324.9	+0.5	141.0	14,683.9	+2.0	10,414.7	+1.8
October ^p - Octobre ^p	140.5	14,332.1	+3.1	10,204.4	-1.7	141.0	14,489.1	-1.3	10,276.0	-1.3
November - Novembre										
December - Décembre										
Year - Année										

¹ Seasonally adjusted constant dollar estimates are derived by deflating with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate. For more details, see the Appendix VI and VII.

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constant s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants. Pour plus de détails, consulter l'appendice VI et VII.

TABLE 29. Retail Trade, by Kind of Business and by Kind of Business Group, Canada

		1989						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars – milliers de dollars						
Kind of business:								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,214,876	2,160,005	2,453,457	2,363,263	2,431,497	2,613,359	2,445,998
2	Grocery confectionery and sundries stores	613,226	584,971	656,558	654,645	721,869	753,795	781,106
3	All other food stores	225,345	221,189	253,418	240,220	263,036	280,759	279,242
4	Food group	3,053,447	2,966,165	3,363,433	3,258,128	3,416,402	3,647,913	3,506,346
5	Department stores	738,393	733,963	967,308	1,022,150	1,131,556	1,130,685	963,791
6	General merchandise stores	210,580	204,956	240,441	244,932	264,440	265,549	245,933
7	General stores	169,355	166,505	188,337	192,746	216,102	232,171	219,564
8	Variety stores	52,104	55,150	70,262	72,474	83,802	86,290	77,484
9	General merchandise group	1,170,432	1,160,574	1,466,348	1,532,302	1,695,900	1,714,695	1,506,772
10	Men's clothing stores	107,238	84,518	110,957	137,032	151,800	163,805	115,124
11	Women's clothing stores	216,873	186,729	249,843	285,155	301,316	298,912	264,126
12	Family clothing stores	146,468	126,697	175,664	197,992	213,426	217,090	184,605
13	Specialty shoe stores	24,789	19,012	21,960	28,664	29,839	31,460	26,277
14	Family shoe stores	81,531	64,782	87,723	110,913	121,088	118,873	99,750
15	All other apparel and accessories stores	110,864	91,975	108,415	111,779	110,902	123,124	108,227
16	Apparel and accessories group	687,763	573,713	754,562	871,535	928,371	953,264	798,109
17	Hardware stores	112,923	104,782	124,028	155,142	209,108	217,269	189,772
18	Household furniture stores	159,978	151,389	163,082	175,638	175,596	185,477	179,447
19	Household appliance stores	52,030	43,809	52,481	55,756	60,524	63,966	57,516
20	Furniture, T.V., radio and appliance stores	125,790	113,153	134,001	141,720	152,353	170,703	164,861
21	Appliance repair shops	31,507	29,591	32,139	33,049	37,058	38,990	38,184
22	All other home furnishings stores	381,886	352,473	415,209	403,566	418,621	438,518	423,916
23	Hardware and home furnishings	864,114	795,197	920,940	964,871	1,053,260	1,114,923	1,053,696
24	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	628,627	598,246	666,056	625,279	656,649	673,779	644,660
25	Book and stationery stores	74,418	75,255	80,924	69,192	75,891	80,284	74,683
26	Florists	39,896	57,436	55,895	50,933	80,894	60,373	43,652
27	Jewellery stores	64,731	65,957	71,059	77,264	92,691	99,761	85,890
28	Jewellery repair shops	5,230	3,069	3,366	3,377	3,734	3,879	3,160
29	Sporting goods and accessories stores	185,001	153,835	183,750	240,002	319,168	313,951	274,905
30	Personal accessories stores	182,692	164,877	196,911	195,923	217,658	235,853	237,636
31	Alcoholic beverage stores	365,553	374,937	497,968	454,324	504,909	575,173	601,155
32	All other stores	222,796	214,135	266,775	326,161	441,979	442,199	413,450
33	Other stores group	1,768,944	1,707,747	2,022,704	2,042,455	2,393,573	2,485,252	2,379,191
34	Total excluding automotive group	7,544,700	7,203,396	8,527,987	8,669,291	9,487,506	9,916,047	9,244,114
35	Motor vehicle dealers	2,322,815	2,596,431	3,279,264	3,799,035	3,830,775	3,467,759	2,936,485
36	Used car dealers	82,330	87,230	110,164	119,519	124,681	120,352	103,336
37	Service stations	981,574	954,874	1,069,010	1,056,383	1,177,194	1,205,046	1,230,430
38	Garages	140,383	136,226	152,839	156,934	175,416	178,181	165,424
39	Automotive parts and accessories stores	237,908	206,202	266,320	337,877	421,254	433,433	367,064
40	All other automotive businesses	216,082	217,725	247,094	252,535	270,200	274,264	258,495
41	Automotive group	3,981,092	4,198,688	5,124,691	5,722,283	5,999,520	5,679,035	5,016,234
42	TOTAL ALL STORES	11,525,792	11,402,084	13,652,678	14,391,574	15,487,026	15,595,082	14,305,348

TABLEAU 29. Commerce de détail par genre de commerce et par groupes de genres de commerce, Canada

						Per cent change		No
1989			1988			Variation procent- tuelle		
August	September	October	October	November	December	October 1989/1988		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre 1989/1988		
thousands of dollars - milliers de dollars								
Genre de commerce:								
2,417,765	2,544,483	2,336,519	2,330,839	2,246,242	2,812,605	+0.2	Épiceries - Boucheries	1
768,102	731,435	711,100	706,463	683,972	712,494	+0.6	Épiceries, confiseries et articles divers	2
273,637	263,028	254,260	249,729	246,514	329,664	+1.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
3,459,504	3,538,946	3,301,879	3,287,031	3,176,728	3,854,763	+0.5	Groupe de l'alimentation	4
1,094,878	1,135,644	1,140,732	1,112,843	1,444,476	2,184,766	+2.5	Grands magasins	5
248,610	293,069	304,483	301,423	362,674	359,433	+1.0	Magasins de marchandises diverses	6
221,515	210,152	213,662	214,248	207,331	240,424	-0.2	Magasins généraux	7
85,200	84,423	87,615	86,319	105,977	163,771	+1.5	Bazars	8
1,650,203	1,723,288	1,746,492	1,714,833	2,120,458	2,948,394	+1.8	Groupe de marchandises diverses	9
112,549	149,022	155,285	157,362	185,339	295,071	-1.3	Magasins de vêtements pour hommes	10
280,285	324,177	292,642	299,417	305,913	447,853	-2.2	Magasins de vêtements pour dames	11
217,066	236,243	221,367	213,949	228,127	376,193	+3.4	Magasins de vêtements pour la famille	12
27,365	31,796	31,214	29,914	26,731	36,914	+4.3	Magasins de chaussures spécialisées	13
112,624	127,226	127,928	127,870	121,758	164,188	-	Magasins de chaussures pour la famille	14
122,810	135,317	142,939	135,597	150,329	186,884	+5.4	Autres magasins de vêtements et accessoires	15
872,699	1,003,781	971,375	964,109	1,018,197	1,507,103	+0.8	Habillement et accessoires	16
178,136	166,513	161,914	153,906	164,143	196,082	+5.2	Quincailleries	17
191,554	198,601	185,431	173,796	193,298	205,259	+6.6	Magasins de meubles	18
61,130	65,071	62,131	60,397	65,124	76,353	+2.8	Magasins d'appareils ménagers	19
165,534	156,059	154,585	147,149	156,458	177,532	+5.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	20
40,837	37,995	39,300	31,823	32,048	37,464	+23.5	Réparation d'appareils électro-ménagers	21
446,211	461,288	469,210	447,769	502,968	681,921	+4.8	Autres articles d'ameublement	22
1,083,402	1,085,527	1,072,571	1,014,840	1,114,039	1,374,611	+5.7	Groupe des quincailleries, meubles et fournitures de maison	23
676,910	659,566	682,304	635,020	642,195	845,443	+7.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	24
91,399	88,256	79,309	79,260	97,418	186,247	-	Librairies et papeteries	25
49,308	49,803	48,671	45,970	48,034	84,004	+5.8	Fleuristes	26
88,643	86,106	85,670	88,823	113,709	302,939	-3.5	Bijouteries	27
3,539	3,585	3,516	2,883	3,218	5,104	+22.0	Ateliers de réparation de bijoux	28
254,624	230,076	194,679	176,968	187,798	320,612	+10.0	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	29
253,803	231,156	218,081	208,955	248,728	409,588	+4.3	Magasins d'accessoires personnels	30
566,043	541,366	460,521	480,082	497,536	972,547	-4.1	Magasins de boissons alcooliques	31
388,331	364,078	333,806	313,856	317,434	396,369	+6.4	Tous les autres magasins	32
2,372,600	2,253,992	2,106,557	2,031,817	2,156,070	3,522,853	+3.7	Groupe de tous les autres magasins	33
9,438,408	9,605,534	9,198,874	9,012,630	9,585,492	13,207,724	+2.1	Total excluant groupe de l'automobile	34
2,931,783	2,910,669	3,098,818	2,990,793	2,966,543	2,604,056	+3.6	Concessionnaires d'automobiles	35
109,561	104,090	107,114	104,601	100,758	86,575	+2.4	Vendeurs d'automobiles d'occasion	36
1,226,206	1,149,761	1,155,411	1,064,940	1,034,617	1,073,717	+8.4	Stations-service	37
167,024	161,766	171,837	162,394	168,267	144,521	+5.8	Garages	38
333,448	335,157	333,153	331,790	364,219	445,350	+0.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	39
267,070	254,651	266,900	233,595	233,565	211,047	+14.3	Autres commerces dans le domaine de l'automobiles	40
5,035,092	4,916,094	5,133,233	4,888,113	4,867,969	4,565,266	+5.0	Groupe de l'automobile	41
14,473,500	14,521,628	14,332,107	13,900,743	14,453,461	17,772,990	+3.1	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	42

TABLE 30. Retail Trade, by Kind of Business Group,¹ 1987-1989

Yukon

TABLEAU 30. Commerce de détail, par groupes de genres de commerce¹, 1987-1989

Yukon

	Food group	General merchandise and apparel group	Automobile dealers	Automotive group	Hardware, home furnishings and other retail stores group	Total all stores	Per cent ² change
	Groupe d'alimentation	Groupe de magasins de marchandises diverses et de magasins de vêtements	Concessionnaires d'automobiles	Groupe d'automobiles	Groupe de quincailleries, de magasins de meubles et de tous les autres magasins de détail	Total, ensemble des magasins	Variation ² procentuelle
thousands of dollars - milliers de dollars							
1987:							
January - Janvier	3,310	2,033	1,302	1,130	1,937	9,712	+ 8.3
February - Février	3,155	2,176	1,680	1,147	1,964	10,122	+ 22.3
March - Mars	3,255	2,422	1,510	1,337	2,261	10,785	+ 17.4
April - Avril	3,819	2,467	1,851	1,365	2,671	12,173	+ 21.4
May - Mai	4,038	2,864	2,323	1,874	2,837	13,936	+ 21.6
June - Juin	4,272	3,002	1,829	2,297	3,482	14,882	+ 12.4
July - Juillet	5,105	3,147	2,814	2,677	3,801	17,544	+ 14.6
August - Août	4,452	3,276	2,349	2,470	3,399	15,946	+ 11.4
September - Septembre	3,651	3,009	2,189	1,851	2,970	13,670	+ 8.0
October - Octobre	3,666	3,586	1,968	1,022	2,796	13,038	+ 2.3
November - Novembre	3,386	3,771	2,466	889	2,808	13,320	+ 16.8
December - Décembre	4,188	5,068	1,627	1,060	3,990	15,933	+ 10.2
Year - Année	46,297	36,821	23,908	19,119	34,916	161,061	+ 13.4
1988:							
January - Janvier	3,694	1,953	1,878	771	2,234	10,530	+ 8.4
February - Février	2,929	2,203	1,987	824	2,111	10,054	-0.7
March - Mars	3,121	2,841	2,627	1,009	2,638	12,236	+ 13.5
April - Avril	3,399	2,734	3,277	873	2,392	12,675	+ 4.1
May - Mai	3,314	3,232	3,126	1,287	2,842	13,801	-1.0
June - Juin	3,800	3,442	2,866	1,606	3,400	15,114	+ 1.6
July - Juillet	4,289	3,468	2,388	1,816	3,571	15,532	-11.5
August - Août	3,982	3,684	3,136	1,538	3,544	15,884	-0.4
September - Septembre	3,905	3,621	2,656	1,560	3,154	14,896	+ 9.0
October - Octobre	3,907	3,798	2,171	975	2,966	13,817	+ 6.0
November - Novembre	3,660	3,850	2,273	1,032	3,198	14,013	+ 5.2
December - Décembre	4,073	5,719	1,912	909	4,611	17,224	+ 8.1
Year - Année	44,073	40,545	30,297	14,200	36,661	165,776	+ 2.9
1989:							
January - Janvier	3,331	2,226	1,629	1,108	2,780	11,074	+ 5.2
February - Février	3,353	2,274	2,250	1,023	2,298	11,198	+ 11.4
March - Mars	3,550	2,820	2,664	898	2,736	12,668	+ 3.5
April - Avril	3,520	3,045	2,975	997	2,834	13,371	+ 5.5
May - Mai	4,057	3,543	3,157	1,428	3,318	15,503	+ 12.3
June - Juin	5,450	3,651	3,315	1,269	3,704	17,389	+ 15.1
July - Juillet	5,048	3,487	2,782	1,520	3,961	16,798	+ 8.1
August - Août	5,541	3,838	2,578	1,429	3,958	17,344	+ 9.2
September - Septembre	4,532	3,953	2,783	1,089	3,652	16,009	+ 7.5
October - Octobre	4,202	3,903	3,046	974	3,307	15,432	+ 11.7
November - Novembre							
December - Décembre							
Year - Année							

¹ For composition of kind of business groups, see page 89. - Pour la composition par groupe de genres de commerce, voir la page 89.

² Percentage changes shown are over-the-year changes. - Les pourcentages indiquent les variations au cours de l'année.

TABLE 31. Retail Trade, by Kind of Business Group,¹ 1987-1989

Northwest Territories

TABLEAU 31. Commerce de détail, par groupes de genres de commerce¹, 1987-1989

Territoires du Nord-Ouest

	Food group	General merchandise and apparel group	Automobile dealers	Automotive group	Hardware, home furnishings and other retail stores group	Total all stores	Per cent ² change
	Groupe d'alimentation	Groupe de magasins de marchandises diverses et de magasins de vêtements	Concessionnaires d'automobiles	Groupe d'automobiles	Groupe de quincailleries, de magasins de meubles et de tous les autres magasins de détail	Total, ensemble des magasins	Variation ² pourcentuelle
thousands of dollars - milliers de dollars							
1987:							
January - Janvier	3,811	8,945	1,258	710	3,524	18,248	+ 3.4
February - Février	3,547	7,865	1,354	745	3,631	17,142	-1.4
March - Mars	3,765	10,635	1,514	816	3,900	20,630	-0.1
April - Avril	4,003	9,626	1,757	755	3,901	20,042	+ 1.4
May - Mai	4,696	10,820	1,666	685	4,723	22,590	+ 8.6
June - Juin	4,584	10,257	1,899	892	4,494	22,126	+ 1.2
July - Juillet	4,709	9,638	1,866	1,072	4,685	21,970	+ 9.1
August - Août	4,246	10,088	1,321	985	4,336	20,976	+ 3.2
September - Septembre	4,264	10,255	1,109	1,084	4,267	20,979	-3.9
October - Octobre	4,401	11,849	1,206	1,094	4,690	23,240	+ 5.4
November - Novembre	3,575	10,666	1,297	999	4,792	21,329	+ 4.2
December - Décembre	4,190	13,762	1,078	976	6,409	26,415	-5.1
Year - Année	49,791	124,406	17,325	10,813	53,352	255,687	+ 2.0
1988:							
January - Janvier	3,603	8,651	1,218	1,240	3,834	18,546	+ 1.6
February - Février	3,504	8,705	1,609	1,404	3,920	19,142	+ 11.7
March - Mars	3,929	11,083	1,968	1,422	4,873	23,275	+ 12.8
April - Avril	3,746	10,350	1,359	1,211	4,184	20,850	+ 4.0
May - Mai	3,932	11,845	1,879	1,405	4,534	23,595	+ 4.4
June - Juin	4,372	11,836	1,905	1,479	5,323	24,915	+ 12.6
July - Juillet	4,124	11,644	2,569	1,691	5,033	25,061	+ 14.1
August - Août	4,007	11,219	1,895	1,909	5,020	24,050	+ 14.7
September - Septembre	4,026	11,660	2,502	1,713	5,247	25,148	+ 19.9
October - Octobre	4,165	12,434	1,651	1,680	5,149	25,079	+ 7.9
November - Novembre	3,951	12,546	1,630	1,720	4,914	24,761	+ 16.1
December - Décembre	4,713	15,762	1,565	1,592	7,253	30,885	+ 16.9
Year - Année	48,072	137,735	21,750	18,466	59,284	285,307	+ 11.6
1989:							
January - Janvier	3,781	8,982	1,441	1,774	3,635	19,613	+ 5.8
February - Février	3,533	9,364	1,082	1,598	4,175	19,752	+ 3.2
March - Mars	3,842	11,172	1,389	1,724	4,631	22,758	-2.2
April - Avril	4,096	11,844	1,536	1,340	4,524	23,340	+ 11.9
May - Mai	4,502	12,795	1,249	1,549	4,796	24,891	+ 5.5
June - Juin	4,934	13,020	2,306	1,663	5,974	27,897	+ 12.0
July - Juillet	4,299	11,803	1,283	1,816	5,749	24,950	-0.4
August - Août	4,377	12,447	1,115	1,880	5,548	25,367	+ 5.5
September - Septembre	4,454	13,086	1,397	1,715	5,148	25,800	+ 2.6
October - Octobre	4,396	12,854	1,333	1,762	5,037	25,382	+ 1.2
November - Novembre							
December - Décembre							
Year - Année							

¹ For composition of kind of business groups, see page 89. - Pour la composition par groupe de genres de commerce, voir la page 89.

² Percentage changes shown are over-the-year changes. - Les pourcentages indiquent les variations au cours de l'année.

Appendix

Appendice

Appendix I

Scope of the Survey

Of the major monthly surveys conducted by Statistics Canada, the Retail Trade Survey is one of the most important, not only because of the large number of respondents who take part in the survey each month (over 17,000), but also because of its purpose and the nature of the information it yields. While the manufacturing industry for example, provides the community with a vast array of products, it is through the trade sector that all of its products are marketed, bought and sold by the various levels of the domestic economy and finally reach the Canadian consumer. The development of modern economic theories has focused mainly on the concept of (national) demand for goods and services in an effort to understand and explain the various economic relationships that make up the economic system. Moreover, in recent decades, management of national demand for the whole economy, largely based on these theories, has become a priority in the short and medium term economic policies of governments of the industrialized countries. **The current measure of retail trade is, therefore, one of the key components used by statisticians and economists to estimate consumption levels and final consumer demand,** as shown in the national accounts and the many economic indicators derived from them.

This monthly publication contains the latest results from the survey of retail sales of goods by merchants, traders, dealers and retailers operating within Canada's borders. For the purposes of this survey, industries included in retail trade are, according to the Standard Industrial Classification,¹ those whose establishments are "primarily engaged in (...) buying commodities for resale to the general public for personal or household consumption and in providing related services". The estimates are broken down according to the **Classification by Kind of Business** (a refinement of the 1970 Standard Industrial Classification), by regions and for four metropolitan areas. These data are obtained from a statistical survey that combines both sampling and census procedures. Survey respondents are divided into two broad categories, **independent and chain stores**, on the basis of their structure, and then each category is surveyed to obtain their monthly sales (see Appendix II for more details).

¹ See Division J of the **1980 Standard Industrial Classification Manual**, Catalogue 12-501E.

Appendice I

Champ de l'enquête

Des grandes enquêtes statistiques couramment administrées par Statistique Canada, l'enquête mensuelle sur le commerce de détail est l'une des plus importantes. Non seulement en raison du nombre de répondants qui à chaque mois collaborent à l'enquête (plus de 17,000 enquêtés) mais aussi par son objet et la nature de l'information qui en découle. Car si l'activité de production par exemple, permet à la collectivité de se procurer une vaste gamme de produits, c'est toutefois grâce au commerce que cette multitude de biens est transigée et échangée sur des marchés entre les différents agents économiques pour finalement parvenir jusqu'au consommateur canadien. Or le développement des théories économiques contemporaines a largement mis l'accent sur le concept de la demande (nationale) de biens et services afin de mieux comprendre et expliquer les diverses relations économiques qui articulent le système économique. Par surcroît, la gestion de la demande nationale de toute une économie, en grande partie inspirée de ces théories, est devenue au cours des dernières décennies, l'une des priorités des grandes politiques économiques de court et moyen termes des gouvernements de pays industrialisés. **La mesure courante du commerce de détail constitue par conséquent l'une des principales composantes qui permet aux statisticiens et aux économistes d'estimer le niveau de la consommation de biens et d'évaluer la demande finale des consommateurs** telle que présentée dans les comptes nationaux et les nombreux indicateurs économiques qui en sont dérivés.

Cette publication mensuelle présente donc les plus récents résultats de l'enquête sur les ventes au détail de biens par des marchands, des commerçants, des concessionnaires ou des détaillants opérant à l'intérieur des limites du territoire canadien. Aux fins de cette enquête, les industries considérées comme appartenant au commerce de détail sont, d'après la classification type des industries¹, celles dont les établissements ont comme "activité principale (...) l'achat de marchandises dans le but de les revendre au public pour usage personnel ou ménager et offrent des services qui s'y rattachent." Les estimations sont ventilées suivant la **Classification par genre de commerce** (une extension plus fine de la Classification des activités économiques de 1970) de même que par région ainsi que pour quatre zones métropolitaines. Ces données sont obtenues à partir d'une enquête statistique qui est l'amalgame d'un échantillonnage et d'un recensement. Suivant leur structure, les répondants à l'enquête sont divisés en deux grandes catégories, **les magasins indépendants et à succursales** et chaque catégorie est par la suite enquêtée afin d'estimer leurs ventes mensuelles respectives (voir l'appendice II pour plus de détails).

¹ Voir la division J du manuel de la **Classification type des industries**, 1980, n° 12-501F au catalogue.

The information provided by this survey is not only important to the various levels of government but is equally valuable to businesses that regularly carry on or are involved in retail trade in some form. Market analysts in particular will find this publication to be of great interest. Other retail trade statistics (new motor vehicle sales, department store sales and stocks, merchandising inventories and so on) are also disseminated to the general public and published regularly in other monthly bulletins.² For more information on this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

² The publication entitled **Retail Trade, Historical Statistics 1972-1979** (Catalogue 63-538) not only contains historical time series, but is also a valuable source of detailed information. See the selected publications section at the back of this bulletin for other references.

L'information fournie par cette enquête est tout aussi utile aux intervenants qui, de façon ponctuelle, opèrent ou sont impliqués d'une manière ou d'une autre dans le commerce au détail qu'aux différents paliers de gouvernements. Les analystes de marché tout spécialement, seront intéressés par le contenu de cette publication. D'autres statistiques reliées au commerce de détail (les ventes de véhicules automobiles neufs, les ventes et stocks des grands magasins, les stocks commerciaux, etc...) sont également disponibles et diffusées au grand public en plus d'être régulièrement publiées dans différents bulletins mensuels². Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquêtes statistiques de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, tél: (613) 951-9656.

² La publication intitulée **Commerce de détail, statistiques historiques, 1972-1979** (n° 63-538 au catalogue) constitue une source très intéressante de renseignements détaillés en plus des séries chronologiques qui y sont présentées. Pour d'autres références, consulter la section du choix des publications à la fin du présent bulletin.

Appendix II

Definitions

"Retail Trade", for the purpose of this report, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A "retail location", as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses, which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes: retail sales through ancillary units, e.g., warehouses, head offices, etc.; sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include: trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others, proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail) and the sales and receipts of concessionaires operating within the outlet. Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes collected for remittance to a government agency are excluded.

Classification

Kind of Business¹

Estimates of retail trade are stratified by region and by kind-of-business groupings which are based on the Standard Industrial Classifications and the retail kind-of-business categories employed in the 1966 Census of Merchandising and Services. Since the monthly retail trade survey is a "location" survey, as noted above, each individual (retail) location of a firm is

¹ For a detailed definition of each kind of business, see *Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979*, Catalogue 63-538.

Appendice II

Définitions

"Commerce de détail" signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un "point de vente au détail", suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires, par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc., ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de locations de matériel de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus, les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également; la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel et les ventes et recettes des concessions exploitées dans les points de ventes. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente perçues pour le compte d'un organisme public.

Classification

Genre de commerce¹

Les estimations relatives au commerce de détail sont stratifiées par région et par groupe de genre de commerce. Ces groupes sont fondés sur la Classification des activités économiques et les catégories de genre de commerce de détail qui ont été utilisées lors du recensement du commerce et des services de 1966. Étant donné que l'enquête mensuelle du commerce de détail est axée sur les points de vente

¹ Pour une définition complète de chaque genre de commerce, consulter la publication *Commerce de détail statistiques historiques 1972-1979*, n° 63-538 au catalogue.

assigned a kind-of-business code based on its major activity (or type of commodities sold).

In this report, retail trade is stratified into 27 major kind-of-business groupings plus a miscellaneous category. In order to increase the usefulness of these statistics, the composition of each kind-of-business group is described at the end of the report.

Kind of Organization

The retail trade estimates, in addition to being stratified by kind-of-business groupings, are also broken down into chain and independent components. Firms are classified to the chain store component based on the following definition:

Chain store organization "an organization operating four or more retail outlets in the same kind of business, under the same legal ownership".

Any firm not meeting the above definition is automatically classified as an "independent" organization, the only exception being "department stores" which are classified in their entirety to the chain component.

comme on l'a indiqué ci-dessus, chaque point de vente au détail d'une entreprise se voit attribuer un code "genre de commerce" d'après son activité principale (ou le genre de marchandises vendues).

Dans la présente publication, le commerce de détail est stratifié selon 27 grands groupes de genre de commerce, outre la catégorie "Marchands divers". Pour rendre ces statistiques plus utiles, nous décrivons la composition de chaque groupe de genre de commerce à la fin de la publication.

Type d'entreprise

En plus d'être stratifiées selon le genre de commerce, les estimations relatives au commerce de détail sont ventilées entre magasins à succursales et magasins indépendants. Les entreprises qui répondent à la définition suivante sont classées dans la catégorie des magasins à succursales:

Magasins à succursales "entreprise exploitant au moins quatre points de vente au détail dans un même genre de commerce, sous une même appartenance juridique".

Toute entreprise dont le schéma de structure ne concorde pas avec la définition ci-dessus est classée automatiquement dans la catégorie des magasins indépendants, la seule exception étant les "grands magasins" qui sont portés en totalité dans la catégorie des magasins à succursales.

Appendix III

Methodology

Retail trade estimates are derived from a survey of Canadian "retail locations". Businesses are first classified to the retail sector on the basis of "census value added",² which is defined in retail trade as the difference between sales and the purchase price of the goods sold in a particular period. Companies which fall into the retail sector are then further classified to specific categories of business (using the three-digit 1960 Standard Industrial Classification code) on the basis of "major activity" – the proportion of sales accounted for by each kind of business or by each type of commodity sold.

The next step in the classification procedure is to survey those businesses selected for the sample in order to obtain information on the number and activity of locations operated. Such information is required not only to determine if individual businesses, particularly multi-location businesses, qualify for treatment as "chains" (see definition Appendix II) but also to isolate retail locations from non-retail and make possible a more precise classification of each to one of more than 90 "kinds of business", which are subsequently grouped into 28 trade groups for purposes of publication.

Because this is a location-oriented survey, the scope of coverage is extended to include retail locations operated by non-retailing businesses. When it is determined that a manufacturer (for example) operates one or more retail locations, the same treatment is given as outlined above. Retail locations can be operated by businesses whose principal activity is manufacturing, wholesaling, government, construction, etc.

The design of the survey provides the facility to revise the monthly estimates to account for late responses. Each month the publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month.

The monthly retail trade estimates contained in this report are produced by means of a sample survey using methodology which differs substantially from that used for the estimates published to the end of 1974.

Appendice III

Méthodologie

Les estimations du commerce de détail sont tirées d'une enquête sur les "points de vente" au détail au Canada. Les entreprises sont d'abord classées dans le secteur du commerce de détail d'après la "valeur ajoutée recensée"², qui représente dans ce secteur, la différence entre le prix de vente et le prix d'achat des biens vendus pendant une période déterminée. Les sociétés qui appartiennent au commerce de détail sont ensuite classées dans des catégories précises d'activités (code à trois chiffres de la Classification des activités économiques de 1960) d'après la "principale activité", c'est-à-dire d'après la proportion des ventes dont rend compte chaque genre de commerce ou chaque type de marchandises vendues.

L'étape suivante du travail de classification consiste à faire un relevé des entreprises échantillonnées dans le but d'obtenir des renseignements sur le nombre de points de vente et leur activité. De tels renseignements servent non seulement à déterminer si des entreprises particulières, notamment les entreprises à points de vente multiples, peuvent être considérées comme des "magasins à succursales" (voir définition Appendice II), mais aussi à distinguer les points de vente au détail des autres types de points de vente et d'ainsi assurer un classement plus précis de chacun d'eux parmi plus de 90 genres de commerce. Subséquemment, ces genres de commerce sont agrégés en 28 groupes pour fins de publication.

L'enquête étant axée sur les points de vente, le champ d'enquête a été étendu aux points de vente au détail exploités par des entreprises autres que des magasins de détail. Lorsqu'on a établi, par exemple, qu'un fabricant exploite un ou plusieurs locaux de vente au détail, on procède de la même façon qu'indiquée ci-dessus. Des locaux de vente au détail peuvent être exploités par des entreprises dont l'activité principale est la fabrication, le commerce de gros, l'administration publique, la construction, etc.

Le système supportant l'enquête permet la révision des estimations mensuelles afin de tenir compte des réponses tardives. La publication mensuelle fournira donc des données provisoires pour le mois en cours et des données révisées pour le mois précédent.

On établit les estimations mensuelles relatives au commerce de détail que renferme la présente publication au moyen d'une enquête par sondage dont la méthodologie diffère sensiblement de celle utilisée pour les estimations qui ont paru jusqu'à la fin de 1974.

² For additional information, see the **1970 Standard Industrial Classification Manual**, Catalogue 12-501E, Pages 9-11.

² Pour de plus amples renseignements, voir le **manuel de la Classification des activités économiques, 1970**, n° 12-501F au catalogue, pages 9-11.

The new methodology was primarily developed because, after 1969, there was no adequate source of information available to update the independent portion of the old sample to account for firms coming into existence (births) and/or going out of business (deaths). The levels established by the new sample indicate there was a downward bias in the old sample which had grown to about 4% in 1974. Even so, the monthly trends are relatively consistent between the old and new samples.

Sample

A Revenue Canada (Taxation) list, supplemented by chain and department store lists and an area file list, comprises the universe for this survey. A sample of approximately 16,000 independent firms, stratified by region³ and by the Standard Industrial Classification code has been selected from this universe and surveyed in order to verify the kind of business of each firm. Estimates are then produced monthly, stratified by trade group and region.

The method used for the estimation of total retail sales is one in which **each** sampled unit's reported data is inflated to universe levels by multiplying the reported data of the sampled unit by the inverse of the probability of selection for the unit. For firms which do not respond on time⁴ in a particular month, an estimate is imputed using a statistical technique which employs a number of components such as: cell averages, last month's sales, other trends, etc. Consequently each firm in the sample must have an individual estimate of sales.

The results of the survey are not linked to census results. Instead, the estimates derived in the course of the survey will be compared with census data in order to determine the cause of any differences which may be found to exist between the two levels. Based on these findings, revisions will then be made to compensate for any errors or discrepancies discovered (such as in coding of firms to erroneous kinds of business codes, over-estimation in particular cells, etc.).

Cette nouvelle méthodologie fut principalement mise en application parce qu'il n'existait plus de source adéquate de renseignements disponibles, après 1969, pour mettre à jour la partie indépendante de l'ancien échantillon pour tenir compte des nouvelles entreprises (créations) et (ou) de celles qui fermaient leurs portes (disparitions). Le niveau des ventes déterminé par le nouvel échantillon démontre qu'il y avait un certain degré de sous-estimation, laquelle sous-estimation avait atteint 4% en 1974. Néanmoins les tendances mensuelles mesurées par l'ancien ainsi que par le nouvel échantillon sont passablement similaires.

Échantillon

La liste de Revenu Canada (Impôt) a été complétée par la liste des magasins à succursales ainsi que des grands magasins et par une liste de fichier aréolaire pour reconstituer l'univers de cette enquête. Un échantillon d'environ 16,000 entreprises indépendantes, stratifié par région³ et selon le schéma de codage de la Classification des activités économiques, a été prélevé sur cet univers et a fait l'objet d'une enquête en vue de déterminer le genre d'activité de chaque entreprise. Des estimations sont ensuite établies tous les mois et stratifiées selon le groupe de commerce et la région.

La méthode d'estimation des ventes totales au détail consiste à gonfler les données déclarées par **chaque** unité échantillonnée aux dimensions de l'univers en multipliant les données de l'unité par l'inverse de la probabilité de choix de l'unité. Dans le cas des entreprises non déclarantes à temps⁴ un mois donné, on procède à une imputation à l'aide d'une méthode statistique qui fait intervenir divers éléments comme les moyennes de cellule, les ventes du dernier mois, d'autres tendances, etc. Ainsi, il doit y avoir une estimation des ventes pour chaque entreprise échantillonnée.

Les résultats de l'enquête ne sont pas raccordés à ceux du recensement. Une étude comparative entre les estimations obtenues dans le cadre de cette enquête ainsi que celles obtenues lors d'un recensement sera effectuée afin de déterminer la cause de tout écart entre les deux niveaux, ce qui nous permettra de rectifier les statistiques et de compenser les erreurs ou les divergences relevées (comme un classement erroné selon le genre de commerce, une surestimation dans des cellules particulières, etc.).

³ The metropolitan areas of Montréal, Toronto, Winnipeg and Vancouver are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

⁴ Late responses are included in revised estimates.

³ Les zones métropolitaines de Montréal, de Toronto, de Winnipeg et de Vancouver correspondent aux zones métropolitaines du recensement de 1971.

⁴ Les déclarations tardives sont toujours considérées dans le calcul des estimations révisées.

Appendix IV

Components of the Survey Universe

The universe used for this survey is composed of two basic parts: a master file list (including chain and department store components) and an area file list. These components provide an adequate representation of the retail trade universe.

The Survey Master File

The survey master file is based on a series of profiles developed from the retail store portion of the Revenue Canada (Taxation) master file and is stratified by region and by Standard Industrial Classification code. This component is a list of all retail businesses having a payroll deduction account number (i.e., having employees for whom payroll deductions are made). It is updated monthly for new firms coming into business, for firms going out of business and, in the case of existing firms, for any changes in name, address or nature (kind) of business. These updates originate from both Revenue Canada (Taxation) and from Statistics Canada survey sources. As these updates are received, firms going out of business are dropped from the sample and a sample of births is selected from among new firms which have gone into business, thus providing a monthly birth/death adjustment.

Records on the survey master file are sampled using a given probability of selection determined by geographical location, Standard Industrial Classification code and cell size. To create the original sample file, the complete survey master file was sampled. Since that time, only the births have been sampled each month.

Chain and Department Store Component

The chain and department store list is a sub-set of the survey master file component. The businesses on this list are those which have been identified (from Statistics Canada sources) as chains or department stores and which have been sampled with certainty (i.e., each business is surveyed). This component, as well as being updated monthly using Revenue Canada information, is also updated annually. The annual updates are based primarily on returns obtained in the course of the Annual Chain and Department Store Survey, as well as on information derived from other sources such as trade magazines, etc.

Appendice IV

Éléments de l'univers de l'enquête

L'univers de l'enquête comprend deux éléments fondamentaux: une liste de fichier principal (y compris les éléments magasins à succursales et grands magasins) et une liste de fichier aréolaire. Ces éléments représentent de manière adéquate l'univers du commerce de détail.

Fichier principal de l'enquête

Le fichier principal de l'enquête du commerce de vente au détail est fondé sur une série de profils tirés de la fraction du fichier principal de Revenu Canada (Impôt) se rapportant aux commerces de vente au détail et est stratifié par région et selon le schéma de codage de la Classification des activités économiques. Cet élément du fichier est une liste de toutes les entreprises de vente au détail qui ont un numéro de compte de retenues sur la paye (entreprises ayant des salariés à l'égard desquels des déductions sont faites aux fins de l'impôt). Cette liste est mise à jour tous les mois; il s'agit de prendre en compte la création de nouvelles entreprises, la disparition d'entreprises et dans le cas d'entreprises existantes, tous les changements de nom, d'adresse ou de genre de commerce. Ces mises à jour s'appuient sur des enquêtes de Revenu Canada (Impôt) et de Statistique Canada. Dès que l'on dispose de ces mises à jour, les entreprises qui cessent toute activité sont éliminées de l'échantillon et un échantillon de créations est prélevé sur les nouvelles entreprises, ce qui permet un ajustement mensuel en fonction des créations et des disparitions.

Des enregistrements du fichier principal de l'enquête sont échantillonnés d'après une probabilité donnée de sélection déterminée par le lieu d'exploitation, le schéma de codage de la Classification des activités économiques et la taille des cellules. Lors de la constitution du fichier de l'échantillon initial, la sélection a porté sur tout le fichier principal de l'enquête. Depuis lors, seules les créations ont fait l'objet d'un échantillonnage tous les mois.

Élément magasins à succursales et grands magasins

La liste des magasins à succursales et des grands magasins constitue un sous-ensemble de l'élément fichier principal de l'enquête. Les établissements commerciaux figurant sur cette liste sont ceux qui ont été identifiés (d'après les documents de Statistique Canada) comme magasins à succursales et grands magasins et qui ont été échantillonnés avec certitude (chaque entreprise fait partie de l'échantillon). Cet élément, qui est mis à jour tous les mois d'après les données de Revenu Canada, fait également l'objet d'une mise à jour annuelle. Ces dernières mises à jour sont fondées principalement sur les déclarations obtenues dans le cadre de l'enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins, ainsi que sur des renseignements puisés à d'autres sources comme les revues portant sur le commerce, etc.

Area File Component

The purpose of the area file, essentially, is to supplement the sample frame. This additional input has two uses:

to provide an estimate for firms which do not appear on the survey master file (i.e., having no employees for whom tax deductions are made);

to compensate for the time lag involved in obtaining a birth adjustment through the survey master file.

The area file was derived by selecting a number of areas in Canada (as defined by the Labour Force Survey), covering all regions with the exception of the Yukon and Northwest Territories. To create the area file portion of the sample frame, the selected areas were completely enumerated by field representatives and an area file composed of all businesses in the selected areas was created. This file was then matched against the survey master file to determine which firms were present on both files. For those firms which appeared on both files, the universe was represented by the sample of firms derived from the survey master file. All unmatched firms (on the area file) automatically became part of the sample file. Every month since the original enumeration, one twelfth of the selected areas have been completely re-enumerated in order to locate any new firms which may have come into existence during the preceding year. These new firms are then matched against the entire survey master file. Similarly, all new businesses which have been added to the survey master file from the Revenue Canada (Taxation) updates are matched each month against the entire area file. Once it has been determined that firms are on both files, they are removed from the area file and given a chance of selection on the survey master file. The remaining unmatched firms on the area file are included in the sample.

Élément fichier géographique (aréolaire)

Le but premier du fichier géographique est de compléter la base de l'échantillon. Cet élément supplémentaire permet:

d'établir une estimation visant les entreprises qui ne figurent pas dans le fichier principal de l'enquête (entreprises ne comptant aucun salarié pour lequel on procède à des déductions aux fins de l'impôt);

de compenser le "retard" d'obtention des ajustements en fonction des créations au moyen du fichier principal de l'enquête.

On a constitué le fichier géographique en choisissant un certain nombre de secteurs géographiques au Canada (à l'aide de données de l'enquête sur la population active) de façon à couvrir tout le territoire canadien à l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest. Les secteurs choisis ont ensuite été entièrement dénombrés par des représentants régionaux et on a ainsi obtenu un fichier géographique comprenant tous les établissements commerciaux de ces secteurs. On a comparé ce fichier au fichier principal de l'enquête pour déterminer quelles entreprises figuraient dans les deux fichiers. Pour ce qui est de ces entreprises, l'univers a été représenté par l'échantillon d'entreprises prélevé sur le fichier principal de l'enquête. Toutes les entreprises sans pendant (dans le fichier aréolaire) ont été automatiquement incorporées au fichier de l'échantillon. Tous les mois depuis le premier dénombrement, un douzième des régions choisies a fait l'objet d'un autre dénombrement complet visant à déterminer quelles nouvelles entreprises ont vu le jour au cours de l'année précédente. Ces nouvelles entreprises sont ensuite réappariées avec le fichier principal de l'enquête. De la même façon toutes les nouvelles entreprises ajoutées au fichier principal de l'enquête au moyen de mises à jour tirées du fichier de Revenu Canada (Impôt) sont réappariées chaque mois avec le fichier géographique. Les entreprises pour lesquelles on a trouvé un pendant au cours des deux processus de comparaison précédemment décrits sont radiées du fichier géographique et demeurent sur le fichier principal de l'enquête où elles ont une probabilité d'être choisies. Le reste des entreprises du fichier géographique pour lesquelles on n'a pas trouvé un pendant sont inclus dans l'échantillon.

Appendix V

Data Reliability

The statistics in this publication are estimates derived from a sample survey and, as such, can be subject to errors. The following material is provided to assist the reader in the interpretation of the estimates published.

Sampling and Non-sampling Errors

Estimates derived from a sample survey are subject to a number of kinds of errors. These errors can be broken down into two major types: sampling and non-sampling.

Sampling Errors

Sampling errors are present because observations are made only on a sample and not on the entire population. The sampling error depends on factors such as the size of the sample, variability in the population, sampling design and method of estimation. For example, for a given sample size, the sampling error will depend on the stratification procedure employed, allocation of the sample, choice of the sampling units and method of selection. (Further, even for the same sampling design, we can make different calculations to arrive at the most efficient estimation procedure.)

In sample surveys, since inference is made about the entire population covered by the survey on the basis of data obtained from only a part of the population, the results are likely to be different than if a complete census was taken under the same general survey conditions. The most important feature of probability sampling is that the sampling error can be measured from the sample itself.

Non-sampling Errors

These errors are present whether a sample or a complete census of the population is taken. Non-sampling errors can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses.

Appendice V

Fiabilité des données

Ce bulletin présente des estimations fondées sur une enquête par échantillonnage qui risquent, par conséquent, d'être entachées d'erreurs. La section qui suit vise à faciliter, pour le lecteur, l'interprétation des estimations qui sont publiées.

Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs

Les estimations établies sur la base d'une enquête par échantillonnage sont sujettes à différents types d'erreurs. On les regroupe en deux grandes catégories: les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

Erreurs d'échantillonnage

Ce genre d'erreur existe parce que les observations portent uniquement sur un échantillon, et non sur l'ensemble de la population. L'erreur dépend de facteurs tels que la taille de l'échantillon, la variabilité de la population, le plan de sondage et la méthode d'estimation. Pour une taille donnée d'échantillon, par exemple, l'erreur d'échantillonnage sera fonction de la méthode de stratification adoptée, de l'attribution de l'échantillon, du choix des unités sondées et de la méthode de sélection. (On peut même, dans le cadre d'un seul plan de sondage, effectuer plusieurs calculs pour arriver à la méthode d'estimation la plus efficace.)

Comme, dans une enquête par échantillonnage, on tire des conclusions sur l'ensemble d'une population à partir des données concernant une partie seulement, les résultats seront probablement différents de ceux qu'on aurait obtenus en recensant toute la population dans les mêmes conditions. La principale caractéristique des sondages probabilistes, c'est que l'erreur d'échantillonnage peut être directement mesurée à partir de l'échantillon.

Erreurs non liées à l'échantillonnage

Ces erreurs se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur peut résulter d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre, dans l'explication des questions ou dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some may be unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally decreases with increases in the response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control at the level at which their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication, all attempts have been made to minimize the non-sampling errors; units have been defined in a most precise manner and the most up-to-date listings have been used; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations (interviewers have been instructed to ask the questions as printed on the questionnaires); detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Measures of Sampling and Non-sampling Errors

Sampling Error Measures

The sample used in this survey is one of a large number of all possible samples of the same size that could have been selected using the same sample design under the same general conditions. If it was possible that each one of these samples could be surveyed under essentially the same conditions, with an estimate calculated from each sample, it would be expected that the sample estimates would differ from each other. The average estimate derived from all these possible sample estimates is termed the **expected value**. The expected value can also be expressed as the value which would be obtained if a census enumeration was taken under identical conditions of collection and processing. An estimate calculated from a sample survey is said to be **precise** if it is near the expected value.

Sample estimates may differ from this expected value of the estimates. However, since the estimate is based on a probability sample, the variability of the sample estimate with respect to its expected value can be measured. The **variance** of estimate is a measure of the precision of the sample estimate and is defined as the average, over all possible samples, of the squared difference of the estimate from its expected value.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables ou encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas avec précision l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure que diminue le taux de réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation, etc.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. De plus, il faut les cerner à un niveau où elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. Quant aux estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser les erreurs non liées à l'échantillonnage. Ainsi, les unités ont été définies avec beaucoup de précision, au moyen des listes les plus à jour; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum les différentes interprétations possibles (on a demandé aux interviewers de poser les questions telles qu'elles figurent aux questionnaires); les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage

Erreur d'échantillonnage

L'échantillon utilisé aux fins de la présente enquête est un des nombreux échantillons de même taille qui auraient pu être choisis selon le même plan et les mêmes conditions. Si chaque échantillon pouvait faire l'objet d'une enquête menée essentiellement dans les mêmes conditions, il faudrait s'attendre à ce que l'estimation calculée varie d'un échantillon à l'autre. On nomme **valeur probable** l'estimation moyenne obtenue de tous les échantillons possibles. Autrement dit, la valeur probable est celle qu'on obtiendrait en recensant toute la population dans des conditions identiques de collecte et de traitement. Une estimation calculée à partir d'une enquête par échantillonnage est dite **précise** lorsqu'elle s'approche de la valeur probable.

Or, les estimations fondées sur un échantillon peuvent ne pas correspondre à la valeur probable. Cependant, comme les estimations proviennent d'un échantillon probabiliste, il est possible d'en mesurer la variabilité par rapport à leur valeur probable. Ainsi, la **variance** d'une estimation, qui en mesure la précision, se définit comme la moyenne, parmi tous les échantillons possibles, des carrés de la différence entre l'estimation et la valeur probable.

Once the sample estimate and the variance of the sample estimate are derived, other measures of precision can be calculated. For example, the **standard error**, defined as the square root of the variance, is a measure of the sampling error in the same units as the estimate (e.g., dollars). The standard error is a measure of precision in absolute terms. The **coefficient of variation**, defined as the standard error divided by the sample estimate, is a measure of precision in relative terms. For comparison purposes one may more readily compare the sampling error of one estimate to the sampling error of another estimate through the use of the coefficient of variation.

The measure of sampling error shown in this publication under Text Table I, "Measures of Reliability", is the coefficient of variation.

The formula used to calculate the published coefficient of variation in Text Table I is:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

Where X = the estimate
S(X) = the standard deviation of X

The percentage error (PE) of X will be:

$$PE(X) = CV(X) \times 100\%.$$

For example, an estimate X = \$8,000,000 with a standard deviation S(X) = \$400,000 has a coefficient of variation of .05 and assuming a normal distribution we can say; "the probability is approximately 68% that the actual percentage error in the \$8,000,000 estimate is less than 5%".

Non-sampling Error Measures

The exact population value is aimed at or desired by both a sample survey as well as a census. We say the estimate is **accurate** if it is near this value. Although this value is desired, we cannot assume that the exact value of every unit in the population or sample can be obtained and processed without error. Any difference between the expected value and the exact population value is termed the **bias**. Systematic biases in the data cannot be measured by the probability measures of sampling error as previously described. The accuracy of a survey estimate is determined by the joint effect of sampling and non-sampling errors.

Une fois qu'on a calculé l'estimation et sa variance, il devient possible de mesurer la précision autrement. Par exemple, l'**erreur-type**, soit la racine carrée de la variance, mesure l'erreur d'échantillonnage dans la même unité que l'estimation (en dollars, notamment). Autrement dit, l'erreur-type mesure la précision en termes absolus. Par contre, le **coefficient de variation**, c'est-à-dire l'erreur-type divisée par l'estimation, mesure la précision en termes relatifs. Ainsi, l'emploi du coefficient de variation facilite la comparaison de l'erreur d'échantillonnage de deux estimations.

C'est le coefficient de variation qui sert à évaluer l'erreur d'échantillonnage au tableau explicatif I "Mesure de la fiabilité".

Voici la formule utilisée pour calculer les coefficients de variation du tableau explicatif I:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

dans laquelle X est l'estimation
S(X) est l'écart-type de X

L'erreur de X en pourcentage (PE) correspondra à:

$$PE(X) = CV(X) \times 100 \ %.$$

Par exemple, le coefficient de variation d'une estimation X = \$8,000,000 où l'écart-type S(X) atteint \$400,000 correspond à .05; si l'on suppose une distribution normale, on peut affirmer qu'il existe une probabilité d'environ 68% que l'estimation de \$8,000,000 comporte un pourcentage réel d'erreur inférieur à 5%.

Erreur non liée à l'échantillonnage

L'enquête par échantillonnage et le recensement cherchent tous deux à déterminer la valeur exacte de l'ensemble. L'estimation est dite **précise** si elle se rapproche de cette valeur. Bien qu'il s'agisse d'une valeur souhaitable, il n'est pas réaliste de supposer que la valeur exacte de chaque unité de l'ensemble ou de l'échantillon peut être obtenue et traitée sans erreur. La différence entre la valeur probable et la valeur exacte de l'ensemble s'appelle le **biais**. On ne peut calculer les biais systématiques des données en recourant aux mesures de probabilité de l'erreur d'échantillonnage décrites plus haut. La précision d'une estimation est déterminée par l'effet conjugué des erreurs d'échantillonnage et des erreurs non liées à l'échantillonnage.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, by Kind of Business and by Region, October 1989 Preliminary, September 1989 Revised

No.		Response rate			
		Taux de réponse			
		Chain stores		Independent stores	
		Magasins à succursales		Magasins indépendants	
		Preliminary estimate	Revised estimate	Preliminary estimate	Revised estimate
		Estimation préliminaire	Estimation révisée	Estimation préliminaire	Estimation révisée
		per cent - pourcentage			
	Kind of business:				
1	Combination stores (groceries and meat)	71.0	85.8	66.6	76.8
2	Grocery, confectionery and sundries stores	62.5	68.7	55.0	67.1
3	All other food stores	90.9	93.5	51.8	63.7
4	Department stores	100.0	100.0	-	-
5	General merchandise stores	67.7	92.2	59.5	71.4
6	General stores	89.5	94.7	65.1	78.6
7	Variety stores	61.0	89.8	62.1	70.7
8	Motor vehicle dealers	83.3	83.3	71.9	82.2
9	Used car dealers	-	-	51.8	64.9
10	Service stations	54.3	67.1	57.2	70.1
11	Garages	100.0	100.0	60.4	69.4
12	Automotive parts and accessories stores	26.3	36.8	67.4	78.6
13	Men's clothing stores	73.6	81.4	65.9	76.2
14	Women's clothing stores	73.5	80.8	57.0	67.0
15	Family clothing stores	77.6	84.1	59.0	72.6
16	Specialty shoe stores	75.9	71.8	64.7	75.0
17	Family shoe stores	74.8	90.6	71.3	82.8
18	Hardware stores	87.5	87.5	69.0	79.1
19	Household furniture stores	57.4	66.7	62.2	70.9
20	Household appliance stores	64.7	64.7	64.4	67.0
21	Furniture, TV, radio and appliance stores	90.7	97.6	74.7	83.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	58.0	66.9	67.9	79.7
23	Book and stationery stores	81.9	84.0	62.5	73.0
24	Florists	87.5	93.7	57.5	70.8
25	Jewellery stores	84.1	73.3	61.7	71.2
26	Sporting goods and accessories stores	72.1	73.5	61.6	71.9
27	Personal accessories stores	70.3	84.8	61.5	71.2
28	All other stores	65.0	74.2	58.4	70.1
29	TOTAL, ALL STORES	71.6	79.8	61.8	72.9
	Regions and selected metropolitan areas				
30	Newfoundland	75.0	87.4	59.1	71.8
31	Prince Edward Island	82.2	90.9	59.8	69.1
32	Nova Scotia	77.2	86.0	62.3	72.8
33	New Brunswick	79.2	85.8	61.3	71.7
34	Québec	72.0	80.5	69.6	78.8
35	Ontario	67.6	76.0	60.4	72.1
36	Manitoba	72.8	81.1	59.2	69.0
37	Saskatchewan	75.9	83.1	59.5	71.8
38	Alberta	71.7	77.8	56.2	69.9
39	British Columbia	70.7	77.9	58.7	71.0
40	Yukon and Northwest Territories	71.4	92.9	50.8	62.1
41	Montreal	70.3	79.2	67.4	76.1
42	Toronto	64.2	74.6	58.0	69.8
43	Winnipeg	69.2	75.7	57.5	67.2
44	Vancouver	71.4	78.0	57.2	70.7

**TABEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, selon le genre de commerce et la région, octobre 1989
préliminaire, septembre 1989 révisé**

Response fraction Fraction de réponse				Coefficient of variation, preliminary estimate		
Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		Coefficient de variation, estimation préliminaire		
Preliminary estimate	Revised estimate	Preliminary estimate	Revised estimate			
Estimation préliminaire	Estimation révisée	Estimation préliminaire	Estimation révisée			Nº
per cent - pourcentage						
					Genre de commerce:	
85.2	89.0	70.5	84.2	.016	Épicerie - Boucheries	1
54.0	77.0	58.9	71.1	.061	Épicerie, confiseries et articles divers	2
93.4	95.6	56.8	71.7	.107	Tous les autres magasins d'aliments	3
100.0	100.0	-	-	-	Grands magasins	4
96.4	99.0	71.8	85.7	.028	Magasins de marchandises diverses	5
96.0	99.7	64.6	76.5	.052	Magasins généraux	6
54.2	98.9	68.2	77.3	.006	Bazars	7
89.7	88.8	78.6	85.8	.016	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	54.2	72.4	.043	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
70.5	71.9	65.1	76.4	.046	Stations-service	10
100.0	100.0	74.8	83.6	.038	Garages	11
43.9	67.6	75.2	85.6	.082	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
81.6	93.7	75.5	80.6	.003	Magasins de vêtements pour hommes	13
80.8	90.6	64.3	72.5	.002	Magasins de vêtements pour dames	14
83.2	89.0	66.8	82.0	.017	Magasins de vêtements pour la famille	15
64.1	61.0	67.5	77.3	.065	Magasins de chaussures spécialisées	16
85.0	91.4	74.2	84.9	.038	Magasins de chaussures pour la famille	17
95.0	95.3	69.7	88.6	.018	Quincailleries	18
40.9	43.1	73.2	82.6	.036	Magasins de meubles	19
67.7	66.7	74.7	81.9	.050	Magasins d'appareils ménagers	20
76.0	99.4	80.0	88.7	.023	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
56.3	49.8	73.8	85.5	.005	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
73.7	75.4	70.5	83.6	.017	Librairies et papeteries	23
85.8	89.5	61.5	74.9	.130	Fleuristes	24
96.1	86.6	66.4	75.2	.058	Bijouteries	25
77.2	81.1	62.7	79.0	.004	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
79.9	91.3	74.3	82.1	.002	Magasins d'accessoires personnels	27
84.7	92.9	61.3	73.5	...	Tous les autres magasins	28
84.3	89.2	70.9	81.2	.008	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
					Régions et certaines zones métropolitaines	
80.3	94.2	68.7	79.8	.025	Terre-Neuve	30
96.2	95.1	69.0	77.0	.022	Île-du-Prince-Édouard	31
95.1	96.6	72.6	82.0	.042	Nouvelle-Écosse	32
95.9	97.6	71.7	81.9	.031	Nouveau-Brunswick	33
83.0	90.7	75.6	83.0	.021	Québec	34
86.0	89.9	69.9	81.4	.013	Ontario	35
90.6	95.6	69.4	77.1	.019	Manitoba	36
90.9	95.8	67.1	78.7	.033	Saskatchewan	37
85.9	90.7	66.1	78.2	.011	Alberta	38
71.2	75.6	67.1	80.3	.027	Colombie-Britannique	39
94.3	99.8	54.6	70.4	.036	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
83.9	90.7	72.7	80.1	.033	Montréal	41
82.6	88.0	67.2	78.9	.021	Toronto	42
90.4	94.7	68.3	75.8	.019	Winnipeg	43
73.8	77.2	66.9	78.9	.025	Vancouver	44

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors two response measures are given in Text Table I. The **response rate** is a measure of the proportion of those sample units which have responded in time for inclusion in the estimates. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the sales estimate which is based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered since the response fraction is more representative of the situation.

Une source d'erreur non liées à l'échantillonnage, est l'erreur dû à la non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse afin d'aider l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. **Le taux de réponse** est la proportion des unités de l'échantillon qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans l'estimation. **La fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion de l'estimation de l'échantillon qui est fondée sur des données déclarées. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant un échantillon de 20 unités dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités déclarantes représentent \$8 millions sur l'estimation globale de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Dans un tel cas, le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation; il faudrait donc tenir compte des deux unités de mesure, puisque la fraction de réponse est la plus représentative de la situation.

Appendix VI

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."⁵ In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular fluctuations. These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a significant impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method⁶ to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of estimated raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily a ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times (see Table 27). These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, executed every month. This permits the updating each month of the reference series from which are derived the final estimations of the seasonal factors with the current month's unadjusted data as well as the previous month's revised unadjusted data.

5 "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canada Statistical Review*, August 1974.
6 For further information see the *X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

Appendice VI

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"⁵. L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI⁶ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter les estimations d'une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et rétrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressif à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle, et estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (voir tableau 27). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales sont exécutées à chaque mois. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles qui se réfèrent au mois courant et aux données révisées du mois précédent.

5 La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, août 1974.
6 Pour de plus amples informations voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, n° 12-564F au catalogue, hors série.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, users should examine several months of the seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided (see Table 27). The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percentage change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly, small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 28 individually seasonally adjusted kinds of business. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".⁷ Also in March 1984, the **end-point seasonal adjustment** method was adopted. For the period March 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to March 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

Constant Dollar Seasonally Adjusted Estimates⁸

Commencing with the March 1986 issue, seasonally adjusted constant dollar estimates, as shown in Table 28, are obtained by deflating the current dollar seasonally adjusted data by an implicit price index supplied by the Income and Expenditure Accounts Division. Up to February 1986 issue, the total constant dollar seasonally adjusted estimates were derived by employing the direct seasonal adjustment method.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC (voir tableau 27). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC, tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonné au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 28 genres de commerce désaisonnés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada⁷. De plus, la **désaisonnalisation interpolative** a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mars 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mars 1983, les données désaisonnées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

Estimations désaisonnées en dollars constants⁸

Depuis mars 1986, les estimations désaisonnées en dollars constants, données au tableau 28, sont obtenues en dégonflant les données désaisonnées en dollars courants au moyen d'un indice implicite de prix fourni par la Division des comptes des revenus et des dépenses. Jusqu'à l'édition de février 1986, les estimations totales désaisonnées en dollars constants étaient obtenues par l'emploi de la méthode de désaisonnalisation directe.

⁷ Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): *The problem of Aggregation; Direct or Indirect*, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

⁸ See appendix VII on constant dollars estimates.

⁷ Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): *Aggrégation directe ou indirecte*, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistiques Canada.

⁸ Consulter l'appendice VII, sur les estimations en dollars constants.

Revision Procedures

Due to the fact that statistical surveys are subject to different types of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Retail Trade survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In each case, revisions are both monthly and annual. In the first type of revision, monthly corrections apply only to the previous month, while in the second type, monthly corrections apply to the three previous months. In both cases, annual revisions relate to the previous year data. The monthly revisions for the current month (June for example) and the two previous months (April and May) are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

Number of Shopping Days

The number of shopping days that this report is based on, varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current report is based on.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days by Month

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux par mois

	1989		1988	
	Number of shopping days	Number of Saturdays	Number of shopping	Number of Saturdays
	Nombre de jours commerciaux	Nombre de samedis commerciaux	Nombre de jours	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	25	5
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	4	27	4
April - Avril	25	5	25	5
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	4	25	5
August - Août	27	4	27	4
September - Septembre	25	5	25	4
October - Octobre	25	4	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	25	5	26	5

Procédures de révision

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur le commerce de détail: **les premières sont liées à la façon dont les données sont obtenues** tandis que **les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Dans chacun des cas, ces révisions peuvent être mensuelles ou annuelles. Les révisions mensuelles du premier type ne se rapportent qu'aux seules données du mois précédent tandis que celles du second type se rapportent aux trois mois précédents. Dans les deux cas, les révisions annuelles ne se rattachent qu'aux seules données de l'année précédente. Dans le cas des révisions mensuelles qui se réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) et aux deux mois précédents (soit avril et mai), elles sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les résultats des révisions annuelles, lesquelles sont effectuées à la fin de l'année, sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

Nombre de jours commerciaux

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données présentées ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

Appendix VII

Constant Dollar Estimates

The value of retail trade is measured in two ways: including the effects of price change on sales and net of the effects of price change. The latter measure is also referred to as "retail trade in constant dollars". In theory, the method of calculation for the first of these two measures should be by aggregating the value of each commodity sold by each retail outlet. Likewise, the method to calculate the second measure should be to aggregate these same values making sure, however, that their price stayed the same as in some selected base period.

There are, however, no estimates of the current values of retail trade by commodity. Accordingly, some approximations are required and because of data limitations these are crude. They are calculated by adjusting the results of a 1974 retail commodity survey so that they are coherent with the commodity balances in the latest version of the input-output tables. These values are divided by the most appropriate price index taken from the CPI. These indexes have provincial sales taxes removed from them since by definition retail trade excludes these taxes. Total retail trade in constant dollars is obtained by adding up these constant dollar commodity values. The result, which is an approximate total sales in constant dollars, is divided into the current dollar estimate to yield an "implicit" price deflator.

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.⁹ The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld for this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

⁹ See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

Appendice VII

Estimations en dollars constants

La valeur du commerce de détail se calcule de deux manières: soit en incluant, soit en excluant les effets de changement de prix sur les ventes. La première mesure s'appelle "commerce de détail en dollars courants" et la seconde "commerce de détail en dollars constants". En théorie, la méthode de calcul pour la première de ces deux mesures est la sommation de la valeur de chaque bien vendu par chaque point de ventes au détail. En contre-partie, la méthode de calcul pour la seconde mesure est la sommation de ses mêmes biens, mais tout en s'assurant que les prix utilisés se situent tous sur une même base de référence (ex: année 1981).

Il n'existe présentement, aucunes estimations des valeurs, en dollars courants, du commerce de détail par produits. Par conséquent, on utilise des approximations mais à cause des limitations des données, celles-ci sont brutes. Ces approximations sont calculées en ajustant les résultats de l'enquête des marchandises et biens du commerce de détail de 1974, pour les rendre cohérents avec les balances des produits de la plus récente version des tables d'intrants-extrants. Ces valeurs sont divisées par l'indice des prix le plus approprié, provenant de l'IPC. Ces indices n'incluent aucunes taxes provinciales car, par définition, le commerce de détail n'en tient pas compte. Donc la valeur totale du commerce de détail en dollars constants, est obtenue par l'addition des valeurs de tous les biens en dollars constants. Le résultat, qui est une approximation des ventes totales en dollars constants, est divisé par l'estimation en dollars courants, pour ainsi produire un indice implicite de dégonflement.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière⁹. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes, de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un "X" aux différents postes visés dans la publication.

⁹ Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information **from selected regions** (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential form. For example, in Tables 30 and 31, retail sales for Yukon and Northwest Territories were broken into five kinds of business **groups** only, as compared to the twenty-eight kinds of business for the other regions.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) **pour certaines régions** (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple, dans les tableaux 30 et 31, les ventes au détail pour le Yukon et les Territoires-du-Nord-Ouest sont ventilées en cinq **groupes** de genres de commerce seulement, comparativement à vingt-huit genres de commerce dans le cas des autres régions.

Ainsi par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Appendix VIII

Kind of Business Composition Used in Tables 1 to 27

1. **Combination stores.** Combination stores (groceries with 20% or more fresh meat).
2. **Grocery, confectionery and sundries stores.** Grocery, confectionery and sundries stores; grocery stores (with 20% or less fresh meat).
3. **All other food stores.** Bakery products stores; confectionery and nut stores; dairy products stores; egg and poultry stores; fruit and vegetable stores; meat markets; fish markets; delicatessen stores; other food stores.
4. **Department stores.** Department stores including concessions located in department store outlets which are an integral part of the overall operation. **(Note:** This kind of business **excludes** non-department store outlets operated by department store firms, as well as department store mail-order and catalogue sales offices.)
5. **General merchandise stores.** General merchandise stores (less than one-third food); and department store mail order and catalogue sales offices.
6. **General stores.** General stores (more than one-third food).
7. **Variety stores.** Variety stores.
8. **Motor vehicle dealers.** Motor vehicle dealers (new and used or new only).
9. **Used car dealers.** Used car dealers (used cars and trucks or used cars only).
10. **Service stations.** Service stations.
11. **Garages.** Garages.
12. **Automotive parts and accessories stores.** Tire, battery and accessories stores; home and auto supply stores.
13. **Men's clothing stores.** Men's and boys' clothing stores; men's and boys' furnishings stores; men's and boys' hat stores; custom tailors (made to measure shops).

Appendice VIII

Composition par genre de commerce utilisé dans les tableaux 1 à 27

1. **Épiceries-boucheries.** Épiceries-boucheries (épiceries avec 20% ou plus de viande fraîche).
2. **Épiceries, confiseries et articles divers.** Épiceries, confiseries et magasins d'articles divers; épiceries (avec 20% ou moins de viande fraîche).
3. **Tous les autres magasins d'aliments.** Magasins de produits de boulangerie; magasins de bonbons, de noix et confiseries; laiteries; magasins d'oeufs et de volailles; magasins de fruits et légumes; boucheries; poissonneries; magasins d'aliments fins (**delicatessen**); autres magasins d'alimentation.
4. **Grands magasins.** Grands magasins y compris les filiales situées dans les points de vente des grands magasins qui font partie intégrale de l'exploitation. **(Nota: Sont exclus** les points de vente autres que ceux des grands magasins, qui sont exploités par les sociétés propriétaires de grands magasins, ainsi que les bureaux de vente par commande postale et par catalogue des grands magasins.)
5. **Magasins de marchandises diverses.** Magasins de marchandises diverses (moins du tiers du stock en aliments); et les bureaux de vente par commande postale et par catalogue des grands magasins.
6. **Magasins généraux.** Magasins généraux (plus du tiers du stocks en aliments).
7. **Bazars.** Bazars.
8. **Concessionnaires d'automobiles.** Vendeurs d'automobiles (neuves et d'occasion ou neuves seulement).
9. **Vendeurs d'automobiles d'occasion.** Vendeurs d'automobiles d'occasion (automobiles et camions d'occasion ou automobiles d'occasion seulement).
10. **Stations-service.** Stations-service.
11. **Garages.** Garages.
12. **Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles.** Magasins de pneus, d'accumulateurs et d'accessoires; magasins de fournitures pour la maison et l'automobile.
13. **Magasins de vêtements pour hommes.** Magasins de vêtements pour hommes et garçons; magasins d'accessoires vestimentaires pour hommes et garçons; chapelleries pour hommes et garçons; tailleurs (ateliers de confection sur place de vêtements sur mesure).

14. **Women's clothing stores.** Women's and misses' ready-to-wear stores; women's and misses' lingerie and hosiery stores; accessories and other apparel stores.
15. **Family clothing stores.** Family clothing and furnishing stores.
16. **Specialty shoe stores.** Men's and boys' shoe stores; women's and misses' shoe stores; children's and infants' shoe stores.
17. **Family shoe stores.** Family shoe stores.
18. **Hardware stores.** Hardware stores.
19. **Household furniture stores.** Furniture stores.
20. **Household appliance stores.** Household appliance stores; electrical supply stores.
21. **Furniture, television, radio and appliance stores.** Furniture, television, radio and appliance stores.
22. **Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores.** Drugstores including proprietary stores.
23. **Book and stationery stores.** Book and stationery stores.
24. **Florists.** Florists.
25. **Jewellery stores.** Jewellery stores.
26. **Sporting goods and accessories stores.** Sporting goods stores; boats, outboard motors and boating accessories; bicycle and bicycle repair shops; motorcycle dealers.
27. **Personal accessories stores.** Tobacco stores and stands; news dealers, gift novelty and souvenir shops; camera and photographic supply stores; luggage and leather goods stores; toy and hobby shops.
28. **All other stores:**
Other automotive businesses. Paint and body shops; other specialty repair shops; car washes; other automotive businesses, n.e.c.

14. **Magasins de vêtements pour dames.** Magasins de vêtements prêts-à-porter pour dames et jeunes filles; magasins de lingerie et bonneteries pour dames et jeunes filles; magasins d'accessoires et autres vêtements.
15. **Magasins de vêtements pour la famille.** Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires pour la famille.
16. **Magasins spécialisés de chaussures.** Magasins de chaussures pour hommes et garçons; magasins de chaussures pour dames et jeunes filles; magasins de chaussures pour enfants et bébés.
17. **Magasins de chaussures pour la famille.** Magasins de chaussures pour la famille.
18. **Quincailleries.** Quincailleries.
19. **Magasins de meubles ménagers.** Magasins de meubles.
20. **Magasins d'appareils ménagers.** Magasins d'appareils ménagers; magasins de fournitures électriques.
21. **Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires.** Magasins de meubles, de téléviseurs, de radios et d'appareils ménagers.
22. **Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté.** Drogueries, y compris magasins de spécialités pharmaceutiques.
23. **Librairies et papeteries.** Librairies-papeteries.
24. **Fleuristes.** Fleuristes.
25. **Bijouteries.** Bijouteries.
26. **Magasins d'articles de sport et d'accessoires.** Magasins d'articles de sport; embarcations, moteurs hors-bord et accessoires connexes; magasins de bicyclettes et ateliers de réparation; vendeurs de motocyclettes.
27. **Magasins d'accessoires personnels.** Magasins et kiosques et tabac; marchands de journaux et de périodiques; magasins de cadeaux, de nouveautés et de souvenirs; magasins d'appareils et de fournitures photographiques; magasins de sacs de voyage, valises, malles, mallettes et de maroquinerie; magasins de jouets et de jeux.
28. **Tous les autres magasins:**
Autres commerces d'automobiles. Ateliers de peinture et de débosselage; autres ateliers de réparation spécialisés; lavage d'automobiles; autres commerces d'automobiles, n.c.a.

Other apparel and accessories stores.

Millinery stores; furriers and fur stores; children's and infants' wear stores; secondhand clothing stores; piece goods stores; wool shops; other apparel and accessories stores, n.e.c.

Other home furnishings stores.

Paint, glass and wallpaper stores; television sales and service shops; television, radio and hi-fi stores; china, glassware and kitchenware stores; floor coverings, curtains, upholstery and interior decoration stores; linen stores; picture and picture framing stores; antique stores; secondhand furniture stores; piano and organ stores; record bars; other home furnishings stores, n.e.c.

Radio, television and electrical appliance repair shops.

Television and radio repair shops; household appliance repair shops.

Jewellery repair shops.

Jewellery repair shops.

Alcoholic beverage stores.

Government liquor stores; retail beer stores; retail wine stores.

Miscellaneous stores.

Music stores; opticians; health appliance stores; monument and tombstone dealers; pet shops; religious goods dealers; artists' supply stores; art galleries; coin and stamp dealers; mobile home dealers; pawn shops; ice dealers; all other retail stores, n.e.c.

Autres magasins de vêtements et accessoires.

Magasins de chapeaux; fourreurs ou magasins de fourrures; magasins de vêtements pour enfants et bébés; magasins de vêtements usagés; magasins de marchandises à la pièce; magasins de laines; autres magasins de vêtements, n.c.a.

Autres magasins d'articles d'ameublement.

Magasins de peinture, vitre et papier tenture; magasins de vente et réparation de téléviseurs; magasins de téléviseurs, radios et appareils de haute fidélité; magasins de vaisselle, verrerie et ustensiles de cuisine; magasins de revêtements de sol; magasins de rideaux, capitonnage et décoration intérieure; magasins de toilerie; magasins de tableaux et cadres; magasins d'antiquités; magasins de meubles d'occasion; magasins de pianos et orgues; comptoirs de disques; tous les autres fournitures de maison, n.c.a.

Ateliers de réparation de téléviseurs, de radios et d'appareils ménagers.

Réparation de téléviseurs et radios; réparation d'appareils électro-ménagers.

Réparation de bijoux.

Réparation de bijoux.

Magasins de boissons alcooliques.

Spiritueux, magasins du gouvernement; détaillants de bière; détaillants de vin.

Magasins divers.

Magasins de musique; opticiens; magasins d'appareils de la santé; marchands des monuments funéraires et pierres tombales; boutiques d'animaux; marchands d'objets de piété; magasins de fournitures pour artistes; galeries d'art; marchands de timbres et pièces de monnaie; marchands de maisons mobiles; bureaux de mont-de-piété; vendeurs de glace; tous les autres magasins de détail, n.c.a.

Appendix IX

Groupings of Kinds of Business Used in Table 30 and 31

1. **Food group.** Combination stores; grocery, confectionery and sundries stores; and all other food stores.
2. **General merchandise and apparel group.** Department stores; general merchandise stores; general stores; variety stores; men's clothing stores; women's clothing stores; family clothing stores; specialty shoe stores; and family shoe stores.
3. **Automobile dealers.** Motor vehicle dealers.
4. **Automotive group.** Used car dealers; service stations, garages; and automotive parts and accessories stores.
5. **Hardware, home furnishings and other retail stores group.** Hardware stores; household furniture stores; household appliance stores; furniture, television, radio and appliance stores; pharmacies, patent medicine and cosmetic stores; book and stationery stores; florists; jewellery stores; sporting goods and accessories stores; personal accessories stores; and all other stores.

Appendice IX

Groupes de genres de commerce utilisés dans les tableaux 30 et 31

1. **Groupe des magasins d'alimentation.** Épiceries-boucheries; épiceries, confiseries et articles divers; et tous les autres magasins d'alimentation.
2. **Groupe des magasins de marchandises diverses et des magasins de vêtements.** Grands magasins; magasins de marchandises diverses; magasins généraux; bazars; magasins de vêtements pour hommes; magasins de vêtements pour dames; magasins de vêtements pour la famille; magasins spécialisés de chaussures; et magasins de chaussures pour la famille.
3. **Concessionnaires d'automobiles.** Concessionnaires d'automobiles.
4. **Groupe de l'automobile.** Vendeurs d'automobiles d'occasion; stations-service; garages; et magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles.
5. **Groupe des quincailleries, des magasins de meuble et des autres magasins de détail.** Quincailleries; magasins de meubles ménagers; magasins d'appareils ménagers; magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires; pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté; librairies et papeteries; fleuristes; bijouteries; magasins d'articles de sport et d'accessoires; magasins d'accessoires personnels; et tous les autres magasins.

Selected Publications, Retail Trade

The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 36 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 104 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 36 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department Stores. A., Bil. Approx. 120 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0227-017X).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results Series, Retail Trade. O., Bil. (First Issue, 1974):

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1983
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1983
- 63-608 Retail Florists, 1983
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1983
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. – Monthly A. – Annual Bil. – Bilingual
O. – Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$10.00, other countries \$11.50.

Choix de publications, commerce de détail

Les publications suivantes sont produites par la section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 104 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 36 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 120 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0227-017X).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Série des Résultats d'exploitation, Commerce de détail. H.S., Bil. (Premier numéro, 1974):

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1983
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1983
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1983
- 63-609 Bijouteries au détail, 1983
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. – Mensuel A. – Annuel Bil. – Bilingue
H.S. – Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F, prix Canada \$10.00, autres pays \$11.50.

ORDER FORM		Client Reference Number																																																																																																	
Mail to: Publication Sales Statistics Canada Ottawa, Ontario, K1A 0T6 Please print) Company Department Attention Address City Province Postal Code Tel.		METHOD OF PAYMENT <input type="checkbox"/> Purchase Order Number (please enclose) [] <input type="checkbox"/> Payment enclosed \$ [] <input type="checkbox"/> Charge to my: <input type="checkbox"/> MasterCard <input type="checkbox"/> VISA Account Number [] Expiry Date [] <input type="checkbox"/> Bill me later																																																																																																	
		Signature																																																																																																	
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">Catalogue No.</th> <th style="width: 55%;">Title</th> <th style="width: 10%;">Quantity</th> <th style="width: 15%;">Price</th> <th style="width: 10%;">Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>			Catalogue No.	Title	Quantity	Price	Total																																																																																										
		Catalogue No.	Title	Quantity	Price	Total																																																																																													
Signature																																																																																																			
Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada/Publications, in Canadian funds or equivalent.				PF 03551 06/89																																																																																															
For faster service ☎ 1-800-267-6677 ☎				VISA and MasterCard Accounts <small>Français au verso</small>																																																																																															

ORDRE DE COMMANDE		Numéro de référence du client																																																																																																	
Postez à : Centre des publications Statistique Canada Ottawa (Ontario) K1A 0T6 Lettres moulées s.v.p.) Compagnie Service L'attention de Adresse Ville Province Code postal Tél.		MODE DE PAIEMENT <input type="checkbox"/> Numéro de la commande (inclure s.v.p.) [] <input type="checkbox"/> Paiement inclus \$ [] <input type="checkbox"/> Portez à mon compte : <input type="checkbox"/> MasterCard <input type="checkbox"/> VISA N° de compte [] Date d'expiration [] <input type="checkbox"/> Facturez-moi plus tard																																																																																																	
		Signature																																																																																																	
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 10%;">No au catalogue</th> <th style="width: 55%;">Titre</th> <th style="width: 10%;">Quantité</th> <th style="width: 15%;">Prix</th> <th style="width: 10%;">Total</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> <tr><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td><td> </td></tr> </tbody> </table>			No au catalogue	Titre	Quantité	Prix	Total																																																																																										
		No au catalogue	Titre	Quantité	Prix	Total																																																																																													
Signature																																																																																																			
Cheque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada - Publications, en dollars canadiens ou l'équivalent.				PF 03551 06/89																																																																																															
Pour un service plus rapide, composez ☎ 1-800-267-6677 ☎				Comptes VISA et MasterCard <small>English on Reverse</small>																																																																																															

Français au



What happened to the cost of living last month?

The **Consumer Price Index** will tell you.

Whether you negotiate wage settlements, administer COLA clauses in labour contracts, assess government policies or are involved in renewal contracts, child support or alimony payments, you need current and detailed information on changes in the cost of living.

Compiled monthly (and published within 20 days of the month's end), the **Consumer Price Index** gives you a precise account of the latest fluctuations in consumer prices.

This monthly publication covers:

- transportation
- food
- clothing
- housing
- health and personal care
- recreation, reading and education
- tobacco products and alcoholic beverages

Over 400 items, ranging from milk to parking, household furnishings to reading material, are included.

Price indexes are presented nationally and for 18 major Canadian cities. In each issue you receive month-to-month percentage comparisons and trends over the last five years. And each issue analyzes the main causes of changes.

Get the facts.

Subscribe to the **Consumer Price Index** (Catalogue No. 62-001) for the authoritative measure of the purchasing power of the Canadian consumer dollar. A subscription to this monthly is available for \$89 in Canada, and \$107 outside Canada.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

Qu'en était-il du coût de la vie le mois dernier?

L'indice des prix à la consommation répond à votre question.

Que vous ayez à négocier des règlements salariaux, à administrer des clauses d'indemnité de vie chère ou à évaluer des politiques gouvernementales, que vous vous occupiez du renouvellement de contrats, de pensions alimentaires ou d'allocations d'entretien, vous avez besoin de données récentes et détaillées sur les fluctuations du coût de la vie.

Établi mensuellement, et publié dans les 20 jours suivant la fin de chaque mois, **L'indice des prix à la consommation** vous renseigne de façon précise sur les plus récentes fluctuations des prix à la consommation.

Cette publication mensuelle porte sur :

- l'alimentation
- l'habillement
- l'habitation
- le transport
- la santé et les soins personnels
- les loisirs, la lecture et la formation
- les produits du tabac et les boissons alcoolisées

Plus de 400 articles sont inclus, allant du lait au stationnement en passant par l'ameublement de maison et le matériel de lecture.

Les indices de prix sont donnés pour l'ensemble du pays et 18 principales villes canadiennes. Chaque numéro présente des comparaisons des pourcentages mois après mois et les tendances au cours des cinq dernières années. En outre, chaque numéro analyse les principales causes de changements.

Abonnez-vous !

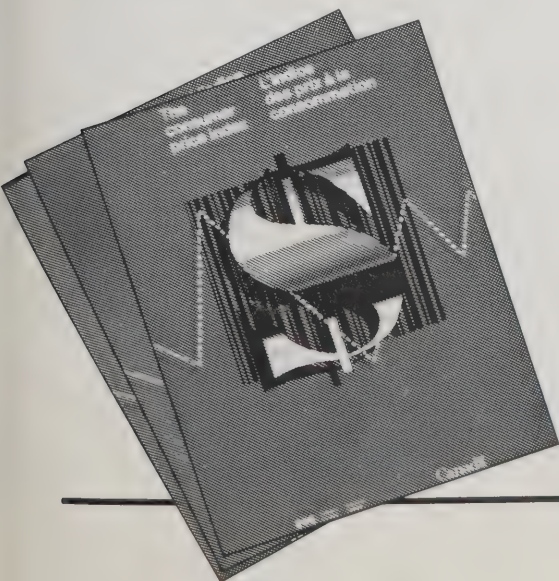
L'indice des prix à la consommation (n° 62-001 au catalogue) vous permet d'obtenir une évaluation fiable du pouvoir d'achat du dollar canadien. L'abonnement à cette publication mensuelle coûte 89 \$ au Canada et 107 \$ à l'étranger.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

For faster service, using Visa or MasterCard, call toll-free,

Pour un service plus rapide, utilisez votre carte Visa ou MasterCard et composez sans frais le

1-800-267-6677



How long would it take you to get 10,000 price quotes from 3,500 companies?

A lot longer than it takes to open a copy of **Industry Price Indexes**. Subscribe now, for the most extensive data available on Canadian manufacturing selling prices.

Industry Price Indexes are indispensable if you need current, consistent and reliable reports on price fluctuations at the Canadian factory gate. Uses include preparing escalation contracts, inventory management, charting trends, forecasting price changes or compiling data to create your own index.

This monthly publication covers raw materials, energy and over 700 commodities by 20 major groups. Items listed range from fish fillets to industrial furnaces, cattle to crude oil. Most commodities are reported at the national level, but some are given on a regional basis.

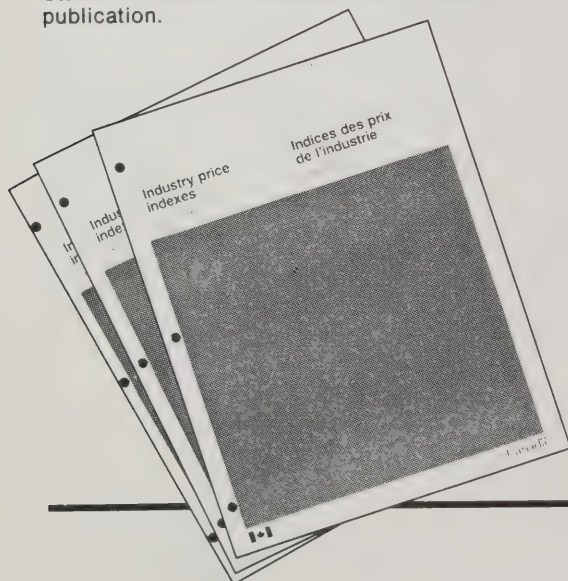
Each issue also provides a historical perspective, with tables of annual averages and monthly price indexes of commodities for the past five years.

As the only periodical of this scope and detail, **Industry Price Indexes** is the recognized authority on changes in the selling prices of Canadian manufactured goods.

Get the facts.

A subscription to the monthly **Industry Price Indexes** (Catalogue No. 62-011) is \$173 in Canada, and \$208 outside Canada.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.



Combien de temps vous faudrait-il pour obtenir 10 000 propositions de prix de 3 500 compagnies?

Beaucoup plus de temps qu'il n'en faut pour lire un exemplaire d'**Indices des prix de l'industrie**. Abonnez-vous dès maintenant afin d'avoir accès aux données les plus complètes possible sur les prix de vente des manufacturiers canadiens.

Indices des prix de l'industrie est indispensable si vous avez besoin de rapports à jour, uniformes et fiables au sujet des fluctuations des prix à la production au Canada. Ces indices peuvent servir notamment à préparer des contrats d'indexation, à gérer des stocks, à suivre des tendances au moyen de graphiques, à prévoir des fluctuations de prix ou à compiler des données pour concevoir votre propre indice.

Cette publication mensuelle porte sur les matières premières, l'énergie et plus de 700 produits classés dans 20 grandes catégories. Les articles répertoriés vont des filets de poisson aux fours industriels en passant par les bovins et le pétrole brut. Pour la plupart des produits, les statistiques ont une portée nationale; toutefois, pour certains, elles revêtent un caractère régional.

Chaque numéro donne également une perspective historique; des tableaux indiquent les moyennes annuelles et les indices des prix mensuels des produits au cours des cinq dernières années.

Indices des prix de l'industrie est le seul périodique aussi complet et détaillé. Il fait autorité en ce qui touche les fluctuations des prix de vente des marchandises fabriquées au Canada.

Abonnez-vous !

L'abonnement au mensuel **Indices des prix de l'industrie** (n° 62-011 au catalogue) coûte 173 \$ au Canada et 208 \$ à l'étranger.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

For faster service, using
Visa or MasterCard, call
toll-free,

Pour un service plus rapide, utilisez
votre carte Visa ou MasterCard
et composez sans frais le

1-800-267-6677

Retail trade

November 1989



Commerce de détail

Novembre 1989



Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Industry Division,
Retail Trade Section,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-3552) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montreal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwesTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwesTel Inc.)	Call collect 403-495-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile Number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinarolingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Division de l'industrie,
Section du commerce de détail,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-3552) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwesTel Inc.)	Appelez à frais virés au 403-495-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du télénographe 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Retail trade

November 1989

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Novembre 1989

Published under the authority of the Minister
of Industry, Science and Technology

© Minister of Supply
and Services Canada 1990

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission of the Minister of
Supply and Services Canada.

March 1990

Price: Canada, \$16.80, \$168.00 a year
Other Countries, \$20.20, \$202.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-005, Vol. 61, No. 11

ISSN 0380-6146

Ottawa

Publication autorisée par le ministre de
l'Industrie, des Sciences et de la Technologie

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1990

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque
forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur
support magnétique, reproduction électronique, mécanique,
photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système
de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du
ministre des Approvisionnements et Services Canada.

Mars 1990

Prix: Canada, \$16.80, \$168.00 par année
Autres pays, \$20.20, \$202.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-005, vol. 61, n° 11

ISSN 0380-6146

Ottawa

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- p preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- * The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2300/17, 2320, 2321), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **P.N. Triandafillou**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Distributive Trades Sub-division, Retail Trade Section, Industry Division

Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- p nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.
- * Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dus aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement; elles doivent par conséquent être utilisées avec circonspection.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2300/17, 2320, 2321), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **P.N. Triandafillou**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Table of Contents

	Page
Highlights	v
Chart	
Monthly Retail Trade Unadjusted and Seasonally Adjusted Canada, 1987-1989	vii
Monthly Retail Trade Seasonally Adjusted, in Current and Constant (1981) Dollars, Canada, 1987-1989	vii
Retail Trade, Cumulative Total by Kind of Organization, Canada, 1987-1989	viii
Distribution of Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Region and Selected Metropolitan Areas	ix

Table

Preliminary Estimates – Current Month

Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

1. Newfoundland	2
2. Prince Edward Island	4
3. Nova Scotia	6
4. New Brunswick	8
5. Québec	10
6. Metropolitan Montréal	12
7. Ontario	14
8. Metropolitan Toronto	16
9. Manitoba	18
10. Metropolitan Winnipeg	20
11. Saskatchewan	22
12. Alberta	24
13. British Columbia	26
14. Metropolitan Vancouver	28
15. Yukon and Northwest Territories	30
16. Canada	32

Revised Estimates – Previous Month

Retail Trade, Chain and Independent Stores by Kind of Business

17. Newfoundland	34
17. Prince Edward Island	35
18. Nova Scotia	36
18. New Brunswick	37
19. Québec	38

Table des matières

	Page
Points saillants	v
Graphique	
Commerce de détail mensuel, non-désaisonnalisé et désaisonnalisé, Canada, 1987-1989	vii
Commerce de détail mensuel, désaisonnalisé, estimé en dollars courants et constants (1981), Canada, 1987-1989	vii
Commerce de détail, total cumulatif par type d'entreprise, Canada, 1987-1989	viii
Répartition du commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, par région et certaines zones métropolitaines	ix

Tableau

Estimations préliminaires – Le mois en cours

Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

1. Terre-Neuve	2
2. Île-du-Prince-Édouard	4
3. Nouvelle-Écosse	6
4. Nouveau-Brunswick	8
5. Québec	10
6. Zone métropolitaine de Montréal	12
7. Ontario	14
8. Zone métropolitaine de Toronto	16
9. Manitoba	18
10. Zone métropolitaine de Winnipeg	20
11. Saskatchewan	22
12. Alberta	24
13. Colombie-Britannique	26
14. Zone métropolitaine de Vancouver	28
15. Yukon et Territoires du Nord-Ouest	30
16. Canada	32

Estimations révisées – Le mois précédent

Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants suivant le genre de commerce

17. Terre-Neuve	34
17. Île-du-Prince-Édouard	35
18. Nouvelle-Écosse	36
18. Nouveau-Brunswick	37
19. Québec	38

Table of Contents – Concluded

Table	Page
19. Metropolitan Montréal	39
20. Ontario	40
20. Metropolitan Toronto	41
21. Manitoba	42
21. Metropolitan Winnipeg	43
22. Saskatchewan	44
22. Alberta	45
23. British Columbia	46
23. Metropolitan Vancouver	47
24. Yukon and Northwest Territories	48
24. Canada	49

Supplementary Data, Retail Trade

25. Retail Trade, Seasonally Adjusted, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area	
26. Retail Trade, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area	52
27. Retail Trade, MCD and Combined, Seasonal and Trading Day Factors	54
	56
28. Retail Trade, Canada, Current and Constant Dollar Estimates, 1987-1989	57
29. Retail Trade, by Kind of Business Group, Canada	58
30. Yukon	60
31. Northwest Territories	61

Appendix

I. Scope of the Survey	65
II. Definitions	67
Classification	67
III. Methodology	69
Sample	70
IV. Components of the Survey Universe	71
The Survey Master File	71
Chain and Department Store Component	71
Area File Component	72
V. Data Reliability	73
Sampling and Non-sampling Errors	73
Measures of Sampling and Non-Sampling Errors	74
Measures of Reliability, by Kind of Business and by Region	76
VI. Seasonal Adjustment	79
Revision Procedures	81
Number of Shopping Days	81
VII. Constant Dollar Estimates	83
Data Confidentiality	83
VIII. Kind of Business Composition used in Tables 1 to 27	85
IX. Grouping of Kinds of Business used in Tables 30 and 31	89

Selected Publications

Table des matières – fin

Tableau	Page
19. Zone métropolitaine de Montréal	39
20. Ontario	40
20. Zone métropolitaine de Toronto	41
21. Manitoba	42
21. Zone métropolitaine de Winnipeg	43
22. Saskatchewan	44
22. Alberta	45
23. Colombie-Britannique	46
23. Zone métropolitaine de Vancouver	47
24. Yukon et Territoires du Nord-Ouest	48
24. Canada	49

Données supplémentaires sur le commerce de détail

25. Commerce de détail, désaisonnalisé, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine	52
26. Commerce de détail par genre de commerce et par région et zone métropolitaine	54
27. Commerce de détail, MDC et coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux	56
28. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants, 1987-1989	57
29. Commerce de détail, par groupes de genres de commerce, Canada	58
30. Yukon	60
31. Territoires du Nord-Ouest	61

Appendice

I. Champ de l'enquête	65
II. Définitions	67
Classification	67
III. Méthodologie	69
Échantillon	70
IV. Éléments de l'univers de l'enquête	71
Fichier principal de l'enquête	71
Élément magasins à succursales et grands magasins	71
Élément fichier géographique (aréolaire)	72
V. Fiabilité des données	73
Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs	73
Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage	74
Mesure de la fiabilité, selon le genre de commerce et la région	76
VI. Désaisonnalisation	79
Procédures de révision	81
Nombre de jours commerciaux	81
VII. Estimations en dollars constants	83
Confidentialité des données	83
VIII. Composition par genre de commerce utilisé dans les tableaux 1 à 27	85
IX. Groupes de genres de commerce utilisés dans les tableaux 30 et 31	89

Choix de publications

Highlights

Note to Users

Changes to Retail Trade

Current estimates of retail trade result from a monthly survey designed and introduced in the early 1970's. The survey has come to underestimate by a significant margin the value of total sales. A new survey has been developed and conducted in "parallel" to the old survey since the January 1989 reference month. Estimates derived from the new survey are to be published starting with the January 1990 reference month.

The parallel run is being conducted to tune the new automated system, to adjust the processing procedures, to evaluate the quality of the new estimates and to provide a means of linking the new to the old estimates (at least for some of the highly aggregated series).

The major changes to be introduced with the new survey for January 1990 reference month are:

1. The new survey relies on a new and more up to date list of names and addresses of retail businesses. The list is designed in such a way that ultimately it will enable meaningful comparisons of monthly retail trade data with those from other surveys.
2. Data collection has been regionalized and respondents have the option of replying to the survey by telephone. This has resulted in significantly higher response rates.
3. Estimates will be published for 16 trade groups for Canada and total retail sales for the provinces and territories. Work is progressing to produce estimates of trade groups by province as well as for total retail trade for a limited number of major metropolitan areas. A decision on publishing this information is not expected before the Fall of 1990.
4. The new survey is based upon the 1980 version of the Standard Industrial Classification and the 1986 version of the Standard Geographical Classification.

Faits saillants

Note aux utilisateurs

Changements au Commerce de détail

Les estimations courantes du commerce de détail sont obtenues à partir d'une enquête mensuelle qui fut conçue et lancée au début des années 1970. Au fil des ans, la valeur totale des ventes mesurée par l'enquête a été considérablement sous-estimée. Aussi une nouvelle enquête a été élaborée et est menée en "parallèle" avec l'ancienne enquête depuis le mois de référence de janvier 1989. Nous prévoyons publier les estimations provenant de la nouvelle enquête à partir du mois de référence de janvier 1990.

L'enquête en parallèle doit permettre la mise au point du nouveau système automatisé, le redressement des procédures de traitement, l'évaluation de la qualité des nouvelles estimations et le raccordement des nouvelles estimations avec les anciennes (au moins pour certaines des séries les plus agrégées).

Pour le mois de référence de janvier 1990, les principaux changements qui dérivent de l'enquête remaniée sont les suivants:

1. La nouvelle enquête s'appuie sur une nouvelle liste à jour de noms et d'adresses de détaillants. La liste a été conçue de telle sorte qu'elle permettra en fin de compte de vraiment comparer les données mensuelles du commerce de détail avec celles provenant d'autres enquêtes.
2. La collecte des données relève des bureaux régionaux et les répondants ont la possibilité de répondre à l'enquête par téléphone. Il en est résulté des taux de réponse sensiblement plus élevés.
3. Les estimations seront publiées pour 16 groupes de commerce au niveau du Canada et les ventes totales du commerce de détail, au niveau des provinces et des territoires. On travaille actuellement à produire des estimations ventilées par groupe de commerce selon la province ainsi que pour la valeur totale du commerce de détail pour un nombre restreint des principales régions métropolitaines. Toutefois, la décision de publier ces données ne sera pas prise avant l'automne de 1990.
4. La nouvelle enquête est basée sur la Classification type des industries de 1980 et sur la Classification géographique type de 1986.

Seasonally Adjusted Sales

- Preliminary estimates indicate that retail sales increased 0.8% in November 1989 to \$14.6 billion. Excluding new and used motor vehicle dealers, retail trade increased 0.7% in November 1989, following a 0.4% decrease in October.
- The 0.8% increase in November followed a sharp decline of 1.5% in October. During the first eleven months of 1989, retail sales have experienced generally modest growth, rising on average by about 0.2% on a monthly basis.
- The overall increase in November was primarily attributable, in order of dollar impact, to increases reported by motor vehicle dealers (+1.2%), general merchandise stores (+5.0%) and service stations (+0.8%). Partly offsetting these increases were declines by department stores (-0.6%) and combination stores (-0.1%).
- The gain in sales reported by motor vehicle dealers followed a 5.5% decline in October 1989. The decrease reported by department stores followed a 2.0% increase. Service stations increased by 0.8%, the fifth consecutive monthly increase.
- On a provincial basis, eight provinces posted sales increases, ranging from 3.5% in Newfoundland to 0.2% in Quebec and British Columbia. Decreases in sales occurred in New Brunswick (-0.8%) and Alberta (-0.6%). Sales increased by 1.4% in the Yukon and Northwest Territories.

Year-to-date

- Cumulative retail sales for the first eleven months of 1989 amounted to \$154.8 billion, up 5.0% over the corresponding period in 1988.

Constant Dollars Estimates

- Deflated with an implicit price index of 140.7, retail sales for November 1989, not seasonally adjusted, increased by 0.6% over the same month a year ago and totalled \$10.8 billion in constant (1981) dollars. The seasonally adjusted value, deflated with an index of 140.8, increased 0.9% in November 1989 over the revised adjusted sales for October, to reach \$10.3 billion in constant (1981) dollars.

Ventes désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires de novembre 1989, les ventes au détail ont enregistré une hausse de 0.8% pour totaliser \$14.6 milliards. En excluant les concessionnaires d'automobiles neuves et usagées, le commerce de détail s'est accru de 0.7% en novembre 1989, suite à une baisse de 0.4% en octobre.
- La hausse de 0.8% en novembre fait suite à une baisse importante de 1.5% en octobre. Au cours des onze premiers mois de 1989, les ventes du commerce de détail ont enregistré une croissance généralement modeste, augmentant en moyenne d'environ 0.2% sur une base mensuelle.
- Par ordre d'importance en dollars, l'augmentation globale en novembre est d'abord attribuable à la hausse signalée par les concessionnaires d'automobiles neuves (+1.2%), les magasins de marchandises diverses (+5.0%) et les stations-service (+0.8%). Ces hausses ont été partiellement contrebalancées par les baisses rapportées par les grands magasins (-0.6%) et les épicerie-boucheries (-0.1%).
- La hausse dans les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves fait suite à une diminution de 5.5% en octobre 1989. La baisse enregistré par les grands magasins fait suite à une hausse de 2.0%. Les stations services se sont accrues de 0.8%, la cinquième augmentation mensuelle consécutive.
- Sur une base provinciale, huit provinces ont enregistré des hausses s'échelonnant de 3.5% à Terre-Neuve à 0.2% au Québec et en Colombie-Britannique. Des baisses ont été observées au Nouveau-Brunswick (-0.8%) et en Alberta (-0.6%). Les ventes se sont accrues par 1.4% au Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

Cumulatif

- Les ventes se chiffrent à \$154.8 milliards depuis le début de l'année, en hausse de 5.0% par rapport aux onze premiers mois de l'année dernière.

Estimations en dollars constants

- Dégonflées à l'aide d'un indice implicite de 140.7 les ventes au détail non désaisonnalisées pour le mois de novembre 1989 ont augmentées de 0.6% par rapport au mois correspondant de l'an passé et ont totalisé \$10.8 milliards en dollars constants (1981). La valeur désaisonnalisée des ventes, dégonflée à l'aide d'un indice de 140.8, a enregistré une hausse de 0.9% par rapport aux ventes désaisonnalisées révisées d'octobre 1989 et s'est chiffrée à \$10.3 milliards en dollars constants de 1981.

Chart - 1

Monthly Retail Trade, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1987-1989

Graphique - 1

Commerce de détail mensuel, non désaisonné et désaisonné, Canada, 1987-1989

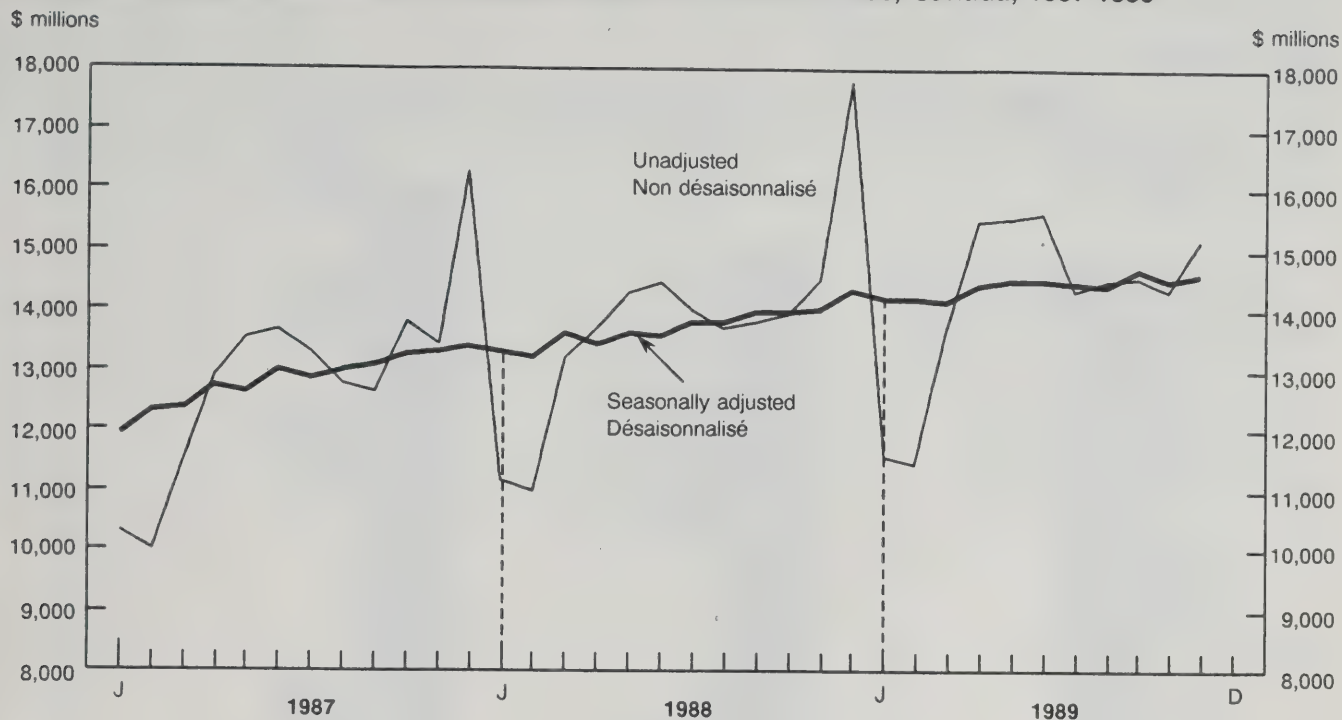


Chart - 2

Monthly Retail Trade, Seasonally Adjusted, in Current and Constant (1981) Dollars, Canada, 1987-1989

Graphique - 2

Commerce de détail mensuel, désaisonné, estimé en dollars courants et constants (1981), Canada, 1987-1989

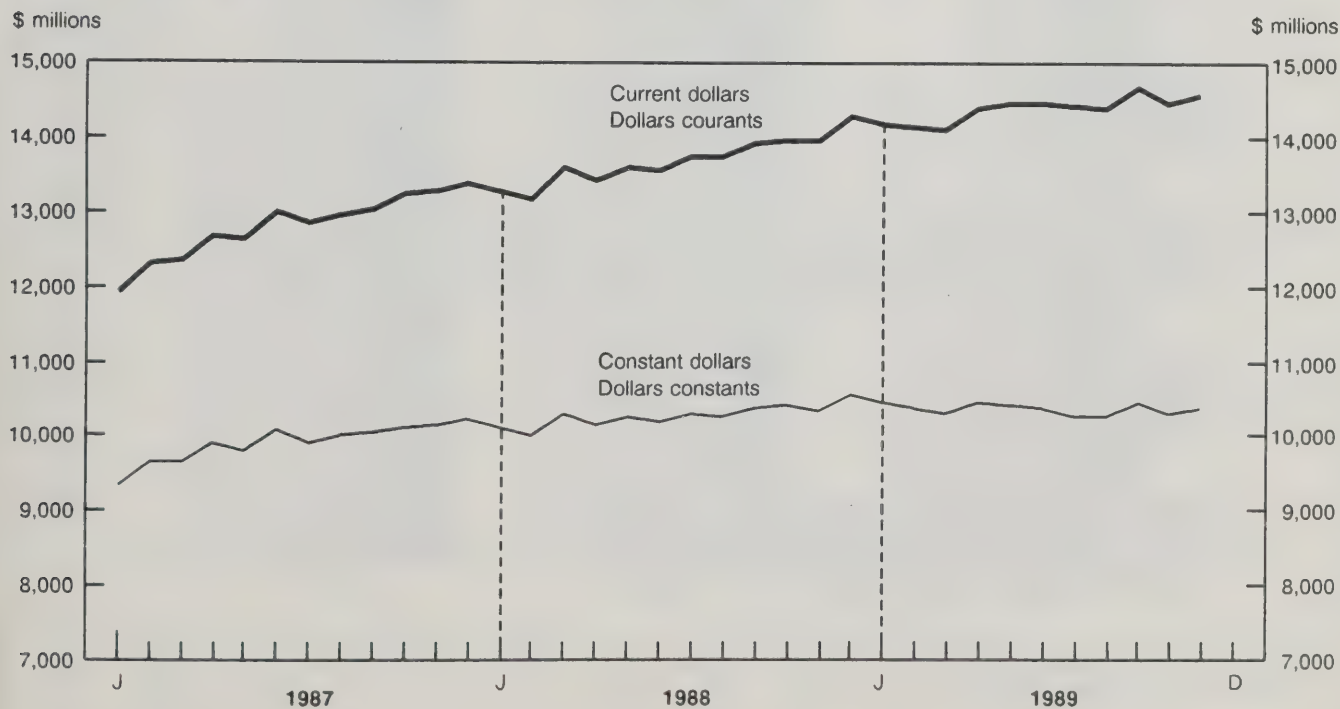
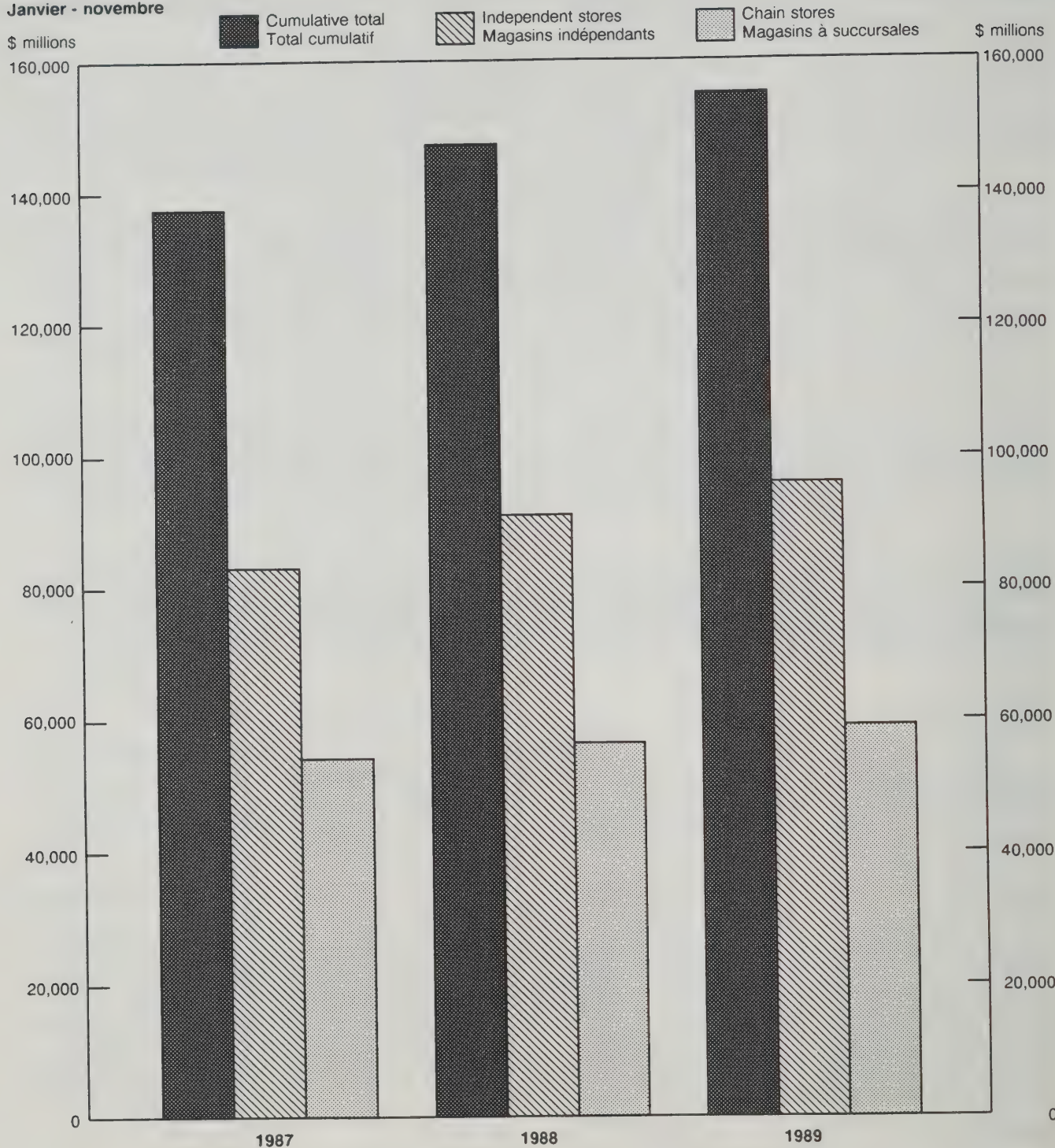


Chart - 3

Graphique - 3

Retail Trade, Cumulative Total by Kind of Organisation, Canada, 1987-1989 ¹
Commerce de détail, total cumulatif par type d'entreprise, Canada, 1987-1989 ¹

January - november
 Janvier - novembre



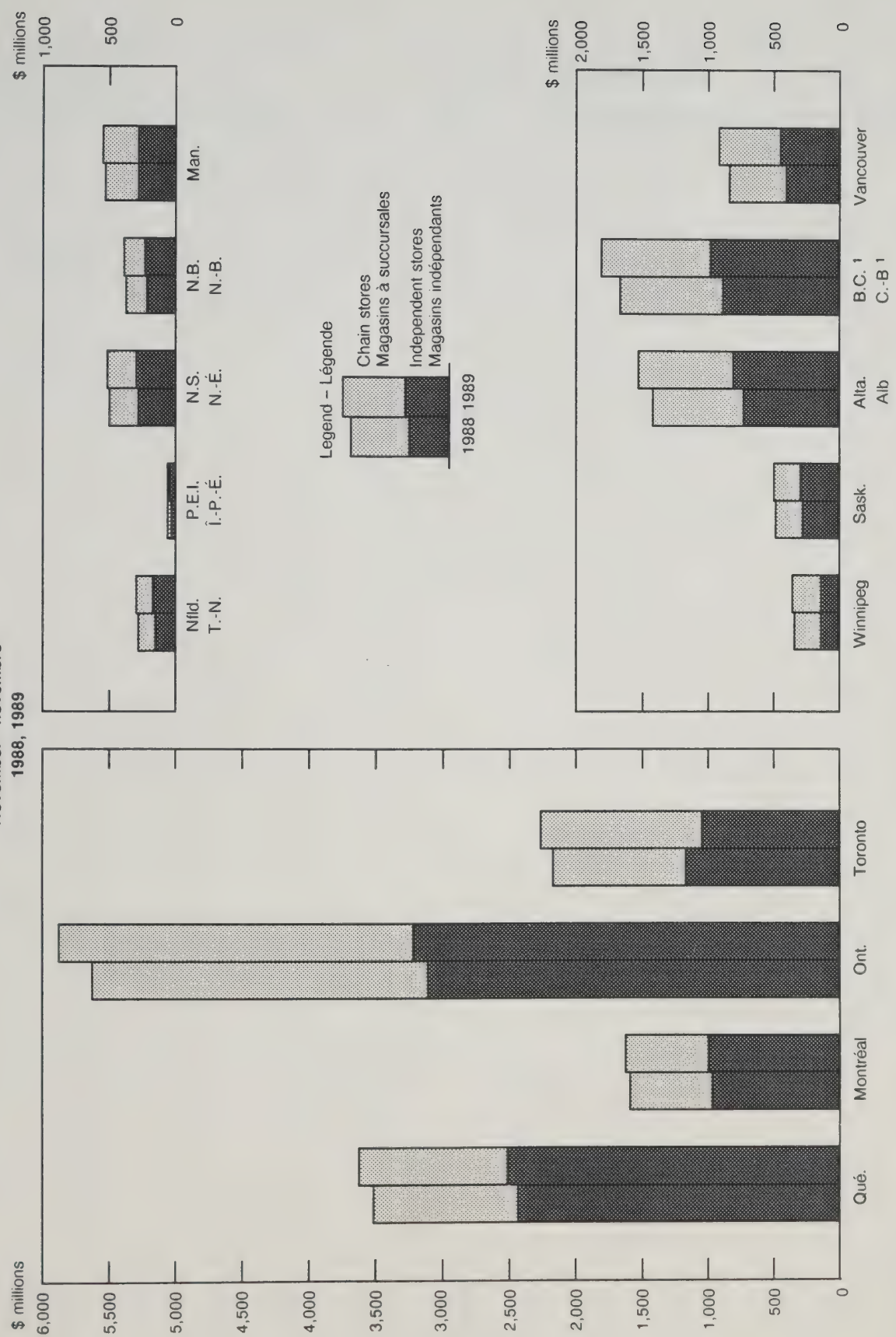
¹ Based on preliminary estimates.

¹ D'après des estimations préliminaires.

Distribution of Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Region and Selected Metropolitan Areas

Répartition du commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, par région et certaines zones métropolitaines

November - novembre
1988, 1989



¹ B.C. includes sales from Yukon and Northwest Territories.

¹ C.-B. inclut les ventes du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest.

Statistical Tables

Retail Trade, Unadjusted, by Region and Kind of Business

Tableaux statistiques

Commerce de détail, données brutes, par région et genre de commerce

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 1. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Newfoundland

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	38,776	+ 9.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	31,794	+ 6.9
3	All other food stores	x	x	x	x	3,143*	...
4	Department stores	20,532	+ 0.9	-	-	20,532	+ 0.9
5	General merchandise stores	x	x	x	x	17,558	+ 4.5
6	General stores	x	x	x	x	9,186	+ 6.5
7	Variety stores	x	x	x	x	8,709	- 0.4
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	42,727	+ 11.8
9	Used car dealers	-	-	489	+ 4.8	489	+ 4.8
10	Service stations	x	x	x	x	27,765	+ 6.1
11	Garages	-	-	1,571	- 5.6	1,571	- 5.6
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	8,885	+ 1.2	8,885	+ 1.2
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	1,732	+ 7.9
14	Women's clothing stores	4,452	+ 12.6	409	+ 11.9	4,861	+ 12.5
15	Family clothing stores	7,482	- 0.5	3,090	- 15.3	10,572	- 5.4
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	3,996	+ 18.8	3,996	+ 18.8
19	Household furniture stores	x	x	x	x	3,358	+ 11.6
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	6,466*	...	485	- 7.2	6,951*	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	3,008	+ 11.5	15,452	+ 13.9	18,460	+ 13.5
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	703	+ 7.9
24	Florists	x	x	x	x	x	x
25	Jewellery stores	1,204	- 3.0	608	+ 1.6	1,812	- 1.5
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	1,947	+ 10.8
27	Personal accessories stores	815	+ 13.2	995	+ 7.8	1,810	+ 10.2
28	All other stores	9,937	- 3.1	17,543	+ 23.3	27,479	+ 12.2
29	All stores	126,885	+ 5.8	170,294	+ 9.9	297,178	+ 8.1

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 1. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Terre-Neuve

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	433,013	+ 5.0	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	363,928	+ 14.9	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	32,532	+ 7.6	Tous les autres magasins d'aliments	3
136,962	+ 3.7	-	-	136,962	+ 3.7	Grands magasins	4
x	x	x	x	133,361	+ 3.7	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	98,323	+ 9.0	Magasins généraux	6
x	x	x	x	59,883	+ 3.0	Bazars	7
x	x	x	x	542,226	+ 2.4	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	9,651	- 7.7	9,651	- 7.7	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	306,057	+ 4.6	Stations-service	10
-	-	20,885	+ 16.6	20,885	+ 16.6	Garages	11
-	-	74,516	+ 6.6	74,516	+ 6.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	9,869	+ 11.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
34,960	+ 14.0	3,717	+ 24.9	38,677	+ 15.0	Magasins de vêtements pour dames	14
51,582	- 3.0	22,032	+ 5.5	73,614	- 0.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	34,957*	...	34,957*	...	Quincailleries	18
x	x	x	x	25,100	+ 1.3	Magasins de meubles	19
-	-	x	x	x	x	Magasins d'appareils ménagers	20
44,525	+ 20.8	2,980	+ 6.5	47,505	+ 19.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
30,465	+ 27.0	162,087	+ 11.3	192,552	+ 13.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	6,054	+ 16.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	x	x	Fleuristes	24
7,750	+ 11.7	4,210	+ 28.9	11,960	+ 17.2	Bijouteries	25
x	x	x	x	18,478	+ 7.1	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
7,807	+ 14.2	7,607	+ 16.1	15,414	+ 15.1	Magasins d'accessoires personnels	27
93,789	+ 3.4	129,623	+ 17.5	223,412	+ 11.1	Tous les autres magasins	28
1,132,968	+ 5.2	1,797,224	+ 8.7	2,930,191	+ 7.3	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 2. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Prince Edward Island

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	8,631	+ 13.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	2,696	+ 28.2
3	All other food stores	x	x	x	x	338	- 7.7
4	Department stores	9,493	- 1.7	-	-	9,493	- 1.7
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	-	-	1,506	+ 2.0	1,506	+ 2.0
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	12,653	- 4.6	12,653	- 4.6
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	x	x	x	x	4,380	+ 13.4
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	2,649	+ 7.3
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	404	- 6.8	486	- 18.0	890	- 13.2
15	Family clothing stores	x	x	x	x	766	- 11.8
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	1,091	+ 19.8	1,091	+ 19.8
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	410	+ 4.8	410	+ 4.8
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	3,715	+ 1.6
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	596	+ 13.1
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	524	- 5.7
28	All other stores	x	x	x	x	7,205	+ 2.3
29	All stores	23,766	+ 3.3	39,875	+ 2.4	63,641	+ 2.8

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 2. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Île-du-Prince-Édouard

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	93,589	+ 2.2	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	31,684	+ 15.5	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	4,190	+ 3.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
75,248	+ 1.3	-	-	75,248	+ 1.3	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	17,864	+ 13.6	17,864	+ 13.6	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	143,742	- 2.2	143,742	- 2.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	47,134	+ 25.4	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	21,203	-	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
3,724	- 5.7	5,919	+ 10.1	9,643	+ 3.3	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	7,686	+ 9.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	9,989	+ 19.6	9,989	+ 19.6	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	4,168	+ 11.4	4,168	+ 11.4	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	40,890	+ 7.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
x	x	x	x	6,583	+ 13.0	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	8,348	+ 10.8	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	83,394	+ 4.3	Tous les autres magasins	28
219,722	+ 2.4	437,345	+ 5.6	657,067	+ 4.5	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 3. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Nova Scotia

November - 1989 - Novembre

No	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	100,995	+ 6.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	16,992	+ 3.9
3	All other food stores	x	x	x	x	5,445	+ 4.4
4	Department stores	57,654	+ 2.7	-	-	57,654	+ 2.7
5	General merchandise stores	21,379	+ 3.3	2,566	+ 0.7	23,945	+ 3.0
6	General stores	-	-	5,949	+ 2.9	5,949	+ 2.9
7	Variety stores	6,284	- 10.2	398	- 3.2	6,682	- 9.8
8	Motor vehicle dealers	-	-	85,112	- 1.8	85,112	- 1.8
9	Used car dealers	-	-	3,196	- 2.7	3,196	- 2.7
10	Service stations	x	x	x	x	44,039	+ 12.7
11	Garages	-	-	2,180*	...	2,180*	...
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	15,100	+ 11.6
13	Men's clothing stores	3,500	+ 0.7	2,652	- 2.2	6,152	- 0.5
14	Women's clothing stores	5,431	- 9.4	3,244	+ 2.2	8,675	- 5.4
15	Family clothing stores	3,091	+ 15.6	3,897	- 4.3	6,988	+ 3.5
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	621	- 2.3
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,810	+ 7.3
18	Hardware stores	-	-	4,703	+ 8.6	4,703	+ 8.6
19	Household furniture stores	x	x	x	x	3,698	+ 9.0
20	Household appliance stores	x	x	x	x	929	- 8.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	2,925	- 5.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	30,955	+ 7.2
23	Book and stationery stores	2,511	+ 3.0	1,757	+ 14.9	4,268	+ 7.6
24	Florists	x	x	x	x	1,205	+ 3.4
25	Jewellery stores	2,949	- 4.5	393	- 11.4	3,341	- 5.4
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	4,169	+ 14.6
27	Personal accessories stores	1,593	+ 2.0	5,172	- 6.2	6,765	- 4.4
28	All other stores	29,776	+ 8.2	34,341	+ 17.0	64,117	+ 12.7
29	All stores	227,469	+ 3.4	292,142	+ 5.5	519,610	+ 4.6

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 3. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Nouvelle-Écosse

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,121,390	+ 6.7	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	186,450	+ 3.7	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	64,571	+ 17.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
383,743	+ 3.5	-	-	383,743	+ 3.5	Grands magasins	4
139,196	+ 0.5	27,641	- 1.0	166,837	+ 0.2	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	64,495	- 0.8	64,495	- 0.8	Magasins généraux	6
41,431	- 8.2	3,842	- 7.9	45,273	- 8.1	Bazars	7
-	-	1,051,463	- 1.2	1,051,463	- 1.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	38,011	+ 1.0	38,011	+ 1.0	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	473,056	+ 1.5	Stations-service	10
-	-	20,178	- 11.5	20,178	- 11.5	Garages	11
x	x	x	x	121,360	+ 4.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
19,995	+ 6.2	22,168	+ 17.7	42,163	+ 11.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
50,300	+ 2.3	30,089	-	80,389	+ 1.4	Magasins de vêtements pour dames	14
24,492	+ 12.4	30,524	+ 1.0	55,016	+ 5.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	6,523	+ 3.0	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	24,491	+ 1.4	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	53,508	+ 13.1	53,508	+ 13.1	Quincailleries	18
x	x	x	x	32,094	- 9.2	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	8,281	- 10.4	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	31,084	- 7.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	316,292	+ 9.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
20,040	+ 7.6	15,277	- 0.4	35,317	+ 4.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	15,743	+ 21.6	Fleuristes	24
20,447	+ 0.4	4,081	+ 6.2	24,528	+ 1.4	Bijouteries	25
x	x	x	x	36,198	+ 17.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
13,735	+ 13.2	55,688	+ 8.1	69,422	+ 9.1	Magasins d'accessoires personnels	27
303,262	+ 9.0	332,363	+ 17.0	635,624	+ 13.1	Tous les autres magasins	28
2,023,309	+ 4.2	3,180,193	+ 4.5	5,203,502	+ 4.4	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 4. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

New Brunswick

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	61,742	+ 4.1
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	15,589	+ 7.5
3	All other food stores	x	x	x	x	4,427	+ 3.1
4	Department stores	37,201	+ 0.3	-	-	37,201	+ 0.3
5	General merchandise stores	14,760	+ 7.0	3,787	+ 4.1	18,547	+ 6.4
6	General stores	-	-	12,182	+ 8.3	12,182	+ 8.3
7	Variety stores	5,447	- 13.0	535	- 8.6	5,981	- 12.7
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	61,092	- 3.2
9	Used car dealers	-	-	3,224	+ 1.9	3,224	+ 1.9
10	Service stations	2,478	+ 30.6	36,796	+ 11.4	39,273	+ 12.4
11	Garages	-	-	3,568	+ 27.2	3,568	+ 27.2
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	12,087	+ 11.7	12,087	+ 11.7
13	Men's clothing stores	2,287	- 2.3	1,503	+ 6.0	3,790	+ 0.8
14	Women's clothing stores	5,072	- 7.4	2,384	+ 4.8	7,456	- 3.8
15	Family clothing stores	4,722	+ 29.7	1,863	+ 13.7	6,585	+ 24.7
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	5,360	+ 7.9	5,360	+ 7.9
19	Household furniture stores	x	x	x	x	5,381	- 1.6
20	Household appliance stores	x	x	x	x	1,007	- 4.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	1,996	+ 11.5	21,898	+ 9.1	23,894	+ 9.3
23	Book and stationery stores	1,595	- 2.6	650	+ 19.8	2,245	+ 2.9
24	Florists	x	x	x	x	1,179	+ 3.6
25	Jewellery stores	2,201	+ 4.1	1,109*	...	3,309*	- 11.2
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,912*	...
27	Personal accessories stores	1,176	+ 0.2	1,730	- 0.8	2,905	- 0.4
28	All other stores	17,329	+ 4.9	19,465	- 4.0	36,794	-
29	All stores	151,779	+ 4.1	232,690	+ 3.8	384,470	+ 3.9

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 4. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Nouveau-Brunswick

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	671,056	+ 3.1	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	175,229	+ 5.4	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	47,666	- 0.5	Tous les autres magasins d'aliments	3
256,753	+ 3.8	-	-	256,753	+ 3.8	Grands magasins	4
92,691	+ 3.4	37,055	+ 4.0	129,746	+ 3.6	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	130,645	+ 6.0	130,645	+ 6.0	Magasins généraux	6
39,744	- 14.7	5,392	--	45,136	- 13.2	Bazars	7
x	x	x	x	758,768	+ 5.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	35,810	+ 11.2	35,810	+ 11.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
25,044*	...	393,525	+ 0.8	418,568*	+ 2.4	Stations-service	10
-	-	34,273*	...	34,273*	...	Garages	11
-	-	95,664	+ 12.4	95,664	+ 12.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
15,046	+ 8.1	12,091	+ 16.8	27,137	+ 11.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
43,717	+ 0.6	25,782	+ 12.9	69,499	+ 4.9	Magasins de vêtements pour dames	14
38,145*	...	15,751	- 2.8	53,897*	+ 23.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	53,337	+ 17.7	53,337	+ 17.7	Quincailleries	18
x	x	x	x	51,197	+ 21.8	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	10,060	- 2.9	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
20,181	+ 23.4	230,675	+ 9.4	250,856	+ 10.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
14,427	+ 4.3	6,005	+ 17.7	20,432	+ 7.9	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	14,508	+ 13.0	Fleuristes	24
14,265	+ 10.8	8,269	- 6.6	22,534	+ 3.7	Bijouteries	25
x	x	x	x	43,274	+ 25.6	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
9,953	+ 31.6	16,726	+ 16.6	26,679	+ 21.8	Magasins d'accessoires personnels	27
184,120	+ 9.4	204,979	- 5.7	389,099	+ 0.8	Tous les autres magasins	28
1,345,308	+ 5.6	2,532,768	+ 5.4	3,878,076	+ 5.5	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 5. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Quebec

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	561,776	+ 6.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	244,278	- 5.5
3	All other food stores	4,618	- 5.9	94,793	+ 8.4	99,411	+ 7.6
4	Department stores	268,394	+ 3.9	-	-	268,394	+ 3.9
5	General merchandise stores	x	x	x	x	46,165	- 1.0
6	General stores	x	x	x	x	38,027	+ 9.7
7	Variety stores	x	x	x	x	28,524	- 3.0
8	Motor vehicle dealers	-	-	657,507	- 2.3	657,507	- 2.3
9	Used car dealers	-	-	28,042	- 1.8	28,042	- 1.8
10	Service stations	64,567	+ 2.8	269,292	+ 9.6	333,859	+ 8.2
11	Garages	-	-	66,025	+ 4.4	66,025	+ 4.4
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	80,209	+ 5.9
13	Men's clothing stores	19,139	+ 2.2	18,420	- 9.1	37,559	- 3.6
14	Women's clothing stores	48,308	- 1.3	33,827	+ 5.4	82,135	+ 1.3
15	Family clothing stores	53,675	+ 13.3	32,809	+ 10.4	86,484	+ 12.2
16	Specialty shoe stores	6,789	+ 14.1	6,324*	...	13,112*	+ 34.9
17	Family shoe stores	43,533	+ 24.6	12,264	+ 4.8	55,798	+ 19.6
18	Hardware stores	x	x	x	x	59,261	+ 5.6
19	Household furniture stores	13,460	+ 0.4	45,927	+ 3.3	59,387	+ 2.6
20	Household appliance stores	-	-	16,611	+ 5.9	16,611	+ 5.9
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	17,732	+ 14.9	32,679	+ 0.6	50,411	+ 5.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	32,855	- 14.9	104,803	+ 11.6	137,658	+ 3.9
23	Book and stationery stores	6,826	+ 7.0	18,202	+ 1.3	25,028	+ 2.8
24	Florists	-	-	10,669	+ 2.3	10,669	+ 2.3
25	Jewellery stores	5,463	- 13.2	11,068	+ 0.3	16,532	- 4.5
26	Sporting goods and accessories stores	5,947	- 2.0	55,652	+ 16.8	61,599	+ 14.6
27	Personal accessories stores	23,577	- 3.0	36,018	+ 12.2	59,595	+ 5.6
28	All other stores	172,454	- 1.8	220,931	+ 3.6	393,385	+ 1.1
29	All stores	1,105,787	+ 2.6	2,511,656	+ 3.2	3,617,443	+ 3.0

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 5. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Québec

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	6,036,507	+ 2.2	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	2,728,220	- 1.8	Épiceries, confiseries et articles divers	2
55,110	+ 15.5	1,024,366	+ 2.5	1,079,476	+ 3.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
2,193,531	+ 2.0	-	-	2,193,531	+ 2.0	Grands magasins	4
x	x	x	x	322,410	+ 1.3	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	397,183	+ 18.0	Magasins généraux	6
x	x	x	x	263,323	- 9.3	Bazars	7
-	-	8,109,041	- 2.1	8,109,041	- 2.1	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	369,947	- 2.5	369,947	- 2.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
734,244	+ 5.7	2,838,722	+ 4.6	3,572,966	+ 4.9	Stations-service	10
-	-	640,688	- 5.2	640,688	- 5.2	Garages	11
x	x	x	x	744,760	+ 9.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
159,127	+ 0.9	176,890	- 6.0	336,017	- 2.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
483,339	+ 3.0	363,744	+ 3.0	847,083	+ 3.0	Magasins de vêtements pour dames	14
486,873	+ 13.5	326,015	+ 16.2	812,888	+ 14.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
64,023	+ 18.3	53,676*	...	117,699*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
326,115	+ 2.4	103,229	- 0.3	429,343	+ 1.7	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	656,739	+ 6.7	Quincailleries	18
136,715	+ 9.1	463,297	- 5.7	600,011	- 2.7	Magasins de meubles	19
-	-	160,301	+ 6.4	160,301	+ 6.4	Magasins d'appareils ménagers	20
192,098	+ 17.7	368,054	- 4.7	560,152	+ 1.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
386,846	- 2.2	1,110,452	+ 13.3	1,497,299	+ 8.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
60,724	+ 7.2	186,314	+ 5.1	247,038	+ 5.6	Librairies et papeteries	23
-	-	132,416	+ 10.4	132,416	+ 10.4	Fleuristes	24
47,172	- 4.9	98,212	- 0.2	145,385	- 1.8	Bijouteries	25
58,634	+ 0.2	721,644	+ 6.7	780,278	+ 6.2	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
195,570	+ 9.8	365,003	+ 2.0	560,573	+ 4.6	Magasins d'accessoires personnels	27
1,496,839	+ 1.0	2,469,089	+ 9.3	3,965,928	+ 6.0	Tous les autres magasins	28
10,252,501	+ 1.9	28,054,701	+ 2.3	38,307,202	+ 2.2	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 6. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Montreal

November - 1989 - Novembre

No	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	270,017	+ 7.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	91,669	+ 0.8
3	All other food stores	1,955	- 1.4	53,400	+ 12.1	55,355	+ 11.6
4	Department stores	148,108	+ 1.6	-	-	148,108	+ 1.6
5	General merchandise stores	x	x	x	x	12,385	+ 2.5
6	General stores	-	-	6,792*	...	6,792*	...
7	Variety stores	x	x	x	x	8,791	- 1.4
8	Motor vehicle dealers	-	-	285,023	- 5.4	285,023	- 5.4
9	Used car dealers	-	-	8,221	- 19.4	8,221	- 19.4
10	Service stations	32,387	+ 8.6	85,154	+ 3.0	117,540	+ 4.5
11	Garages	-	-	15,660	+ 14.2	15,660	+ 14.2
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	30,348	+ 10.4
13	Men's clothing stores	13,681	+ 5.6	6,114	- 10.4	19,796	--
14	Women's clothing stores	26,455	- 0.1	14,007	+ 4.7	40,462	+ 1.5
15	Family clothing stores	28,153	+ 4.6	9,161	+ 25.7	37,314	+ 9.1
16	Specialty shoe stores	4,932	+ 13.2	4,053*	...	8,985*	...
17	Family shoe stores	22,705	+ 25.6	6,744	- 2.7	29,449	+ 17.8
18	Hardware stores	x	x	x	x	28,892	+ 3.9
19	Household furniture stores	8,098	+ 4.2	19,242	+ 4.3	27,339	+ 4.3
20	Household appliance stores	-	-	6,367	- 14.2	6,367	- 14.2
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	19,740	+ 3.5
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	21,582	- 15.2	48,421	+ 11.9	70,003	+ 1.8
23	Book and stationery stores	4,292	+ 13.0	9,799	+ 8.1	14,091	+ 9.6
24	Florists	-	-	5,504	+ 1.7	5,504	+ 1.7
25	Jewellery stores	3,971	- 6.4	4,533	- 0.7	8,504	- 3.5
26	Sporting goods and accessories stores	4,029	- 6.3	12,331	- 10.4	16,360	- 9.4
27	Personal accessories stores	15,260	- 5.4	16,836	+ 26.8	32,096	+ 9.1
28	All other stores	120,337	- 4.6	95,414	+ 3.7	215,751	- 1.0
29	All stores	633,196	+ 1.2	997,368	+ 2.8	1,630,564	+ 2.2

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 6. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Montréal

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	2,801,433	+ 2.4	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	984,912	- 6.8	Épicerie, confiseries et articles divers	2
23,463	+ 4.4	543,641	+ 1.9	567,104	+ 2.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,215,044	- 0.9	-	-	1,215,044	- 0.9	Grands magasins	4
x	x	x	x	87,952	+ 12.4	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	70,627*	...	70,627*	...	Magasins généraux	6
x	x	x	x	87,465	- 4.1	Bazars	7
-	-	3,509,882	- 3.4	3,509,882	- 3.4	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	117,355	- 10.5	117,355	- 10.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
362,828	+ 16.9	876,534	- 7.6	1,239,363	- 1.6	Stations-service	10
-	-	149,078	- 8.9	149,078	- 8.9	Garages	11
x	x	x	x	266,151	+ 10.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
112,379	+ 1.9	62,656	- 12.1	175,036	- 3.5	Magasins de vêtements pour hommes	13
266,703	+ 1.6	150,684	+ 0.8	417,387	+ 1.3	Magasins de vêtements pour dames	14
261,818	+ 8.8	99,069*	...	360,887*	+ 17.0	Magasins de vêtements pour la famille	15
46,763	+ 23.7	34,064*	...	80,827*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
172,689	- 0.4	57,356	- 2.6	230,045	- 1.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	319,588	+ 1.5	Quincailleries	18
84,758	+ 9.0	198,590	- 6.6	283,348	- 2.4	Magasins de meubles	19
-	-	65,398	+ 1.0	65,398	+ 1.0	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	210,223	- 2.4	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
238,750	- 7.5	510,648	+ 10.5	749,399	+ 4.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
38,580	+ 11.9	98,888	+ 8.3	137,468	+ 9.3	Librairies et papeteries	23
-	-	62,335	+ 14.4	62,335	+ 14.4	Fleuristes	24
34,607	- 0.8	42,677	- 3.1	77,284	- 2.1	Bijouteries	25
36,670	+ 1.6	206,394	- 6.8	243,064	- 5.6	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
127,128	+ 2.0	162,363	+ 11.4	289,491	+ 7.1	Magasins d'accessoires personnels	27
1,055,034	+ 0.8	1,010,590	+ 6.8	2,065,624	+ 3.6	Tous les autres magasins	28
5,889,422	+ 1.4	10,974,345	+ 0.1	16,863,767	+ 0.6	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 7. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Ontario

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	592,099	+ 5.4	305,634	+ 18.9	897,732	+ 9.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	117,912	+ 3.2	106,362	+ 6.0	224,275	+ 4.5
3	All other food stores	14,890	+ 12.0	77,204	+ 0.5	92,094	+ 2.2
4	Department stores	643,691	+ 6.3	-	-	643,691	+ 6.3
5	General merchandise stores	141,862	+ 7.5	37,270	+ 22.3	179,132	+ 10.3
6	General stores	x	x	x	x	22,030	+ 2.7
7	Variety stores	23,860	- 4.9	3,569	- 3.7	27,430	- 4.8
8	Motor vehicle dealers	-	-	1,238,789	- 1.9	1,238,789	- 1.9
9	Used car dealers	-	-	38,723	- 2.1	38,723	- 2.1
10	Service stations	152,263	+ 10.0	219,815	+ 5.2	372,078	+ 7.1
11	Garages	x	x	x	x	69,889	+ 5.0
12	Automotive parts and accessories stores	3,584	- 6.9	174,543	+ 8.7	178,127	+ 8.4
13	Men's clothing stores	54,438	+ 3.1	30,653	+ 4.0	85,091	+ 3.4
14	Women's clothing stores	89,639	+ 1.3	31,912	+ 1.0	121,550	+ 1.2
15	Family clothing stores	54,307	+ 10.4	14,594	+ 10.1	68,901	+ 10.4
16	Specialty shoe stores	6,532	+ 12.7	3,112	+ 6.3	9,644	+ 10.6
17	Family shoe stores	38,224	+ 23.9	14,368	+ 9.0	52,592	+ 19.4
18	Hardware stores	x	x	x	x	60,795	+ 9.5
19	Household furniture stores	19,671	+ 1.8	59,540	- 2.8	79,211	- 1.7
20	Household appliance stores	6,473	+ 3.6	25,075	+ 8.0	31,549	+ 7.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	41,933	- 4.2	12,031	+ 0.5	53,965	- 3.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	102,502	+ 6.4	166,718	+ 9.8	269,219	+ 8.5
23	Book and stationery stores	23,021	+ 2.4	17,969	+ 9.5	40,990	+ 5.4
24	Florists	1,089	- 2.2	20,810	- 3.1	21,900	- 3.1
25	Jewellery stores	22,909	- 8.1	23,990	+ 2.4	46,899	- 3.0
26	Sporting goods and accessories stores	27,842	+ 14.8	35,963	- 4.5	63,805	+ 3.0
27	Personal accessories stores	62,318	+ 8.4	57,700	- 2.8	120,018	+ 2.7
28	All other stores	399,760	+ 4.3	362,302	+ 5.5	762,063	+ 4.9
29	All stores	2,655,421	+ 5.6	3,216,761	+ 3.4	5,872,182	+ 4.3

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 7. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Ontario

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
6,548,080	+ 2.4	3,274,922	+ 15.3	9,823,003	+ 6.3	Épiceries - Boucheries	1
1,280,773	- 0.6	1,184,897	+ 3.0	2,465,670	+ 1.0	Épiceries, confiseries et articles divers	2
162,924	+ 9.2	834,928	+ 6.3	997,853	+ 6.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
4,816,399	+ 5.5	-	-	4,816,399	+ 5.5	Grands magasins	4
1,030,353	+ 3.8	374,821	+ 23.5	1,405,174	+ 8.4	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	207,762	+ 1.6	Magasins généraux	6
203,142	- 2.0	39,986	- 1.3	243,128	- 1.9	Bazars	7
-	-	13,790,284	+ 1.8	13,790,284	+ 1.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	408,714	+ 1.2	408,714	+ 1.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,705,084	+ 12.7	2,427,039	- 2.1	4,132,122	+ 3.5	Stations-service	10
x	x	x	x	723,080	+ 4.3	Garages	11
36,641	- 0.2	1,666,653	+ 12.1	1,703,293	+ 11.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
392,100	+ 6.7	248,516	+ 2.1	640,616	+ 4.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
807,291	+ 1.7	311,639	- 3.1	1,118,930	+ 0.3	Magasins de vêtements pour dames	14
444,668	+ 6.2	133,829	+ 2.8	578,498	+ 5.4	Magasins de vêtements pour la famille	15
62,776	- 15.4	34,339	+ 1.3	97,115	- 10.1	Magasins de chaussures spécialisées	16
323,782	+ 12.5	128,562	+ 6.7	452,344	+ 10.8	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	581,668	+ 13.1	Quincailleries	18
199,328	+ 6.2	601,356	+ 11.7	800,684	+ 10.3	Magasins de meubles	19
62,144	+ 12.4	229,861	+ 1.9	292,005	+ 4.0	Magasins d'appareils ménagers	20
416,511	+ 3.4	121,659	+ 5.0	538,169	+ 3.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
1,073,737	+ 19.4	1,774,139	+ 3.9	2,847,875	+ 9.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
195,645	+ 6.8	152,478	+ 11.0	348,123	+ 8.6	Librairies et papeteries	23
12,772	- 9.3	245,782	+ 8.6	258,554	+ 7.6	Fleuristes	24
191,350	+ 0.9	213,023	+ 6.8	404,374	+ 3.9	Bijouteries	25
239,177	+ 8.9	608,004	+ 2.0	847,181	+ 3.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
477,285	+ 9.0	616,505	+ 10.3	1,093,790	+ 9.7	Magasins d'accessoires personnels	27
4,085,893	+ 5.5	3,541,730	+ 5.2	7,627,624	+ 5.4	Tous les autres magasins	28
24,893,046	+ 5.2	34,350,986	+ 4.5	59,244,032	+ 4.8	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 8. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Toronto

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	237,674	+ 6.9	69,661	+ 8.8	307,335	+ 7.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	31,904	+ 2.8	33,875	+ 13.6	65,779	+ 8.1
3	All other food stores	6,441	+ 24.0	44,492	+ 0.8	50,933	+ 3.3
4	Department stores	246,679	+ 3.4	-	-	246,679	+ 3.4
5	General merchandise stores	39,711	+ 11.8	8,325	+ 1.0	48,036	+ 9.7
6	General stores	-	-	599	+ 7.2	599	+ 7.2
7	Variety stores	4,574	- 4.3	342	- 2.3	4,917	- 4.2
8	Motor vehicle dealers	-	-	520,907	- 3.4	520,907	- 3.4
9	Used car dealers	-	-	10,517	- 15.3	10,517	- 15.3
10	Service stations	67,176	+ 12.6	80,624	+ 14.2	147,800	+ 13.4
11	Garages	-	-	19,231	+ 6.2	19,231	+ 6.2
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	50,031	+ 6.6
13	Men's clothing stores	28,842	- 0.3	11,840	- 3.0	40,682	- 1.1
14	Women's clothing stores	42,040	- 0.5	15,005	+ 13.7	57,045	+ 2.8
15	Family clothing stores	28,356	+ 16.1	4,459	--	32,816	+ 13.6
16	Specialty shoe stores	4,125	+ 11.2	1,823	+ 4.5	5,948	+ 9.1
17	Family shoe stores	19,580	+ 23.7	6,503	+ 0.7	26,084	+ 17.0
18	Hardware stores	x	x	x	x	13,265	+ 3.5
19	Household furniture stores	13,628	+ 4.7	11,183	- 14.0	24,811	- 4.6
20	Household appliance stores	5,326	+ 1.8	9,947	- 3.7	15,273	- 1.8
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	26,024	- 10.3
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	29,773	+ 2.4	73,666	+ 11.8	103,439	+ 8.9
23	Book and stationery stores	11,018	+ 6.4	7,756	+ 16.3	18,774	+ 10.3
24	Florists	394	+ 13.6	7,704	+ 1.8	8,098	+ 2.3
25	Jewellery stores	9,386	- 4.6	10,945	- 4.7	20,331	- 4.6
26	Sporting goods and accessories stores	14,823	+ 13.7	6,466	+ 2.6	21,289	+ 10.1
27	Personal accessories stores	31,931	+ 7.6	30,819	+ 9.1	62,750	+ 8.3
28	All other stores	152,575	+ 8.4	159,831	+ 9.7	312,406	+ 9.0
29	All stores	1,053,199	+ 6.0	1,208,599	+ 2.4	2,261,798	+ 4.0

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 8. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Toronto

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
2,593,048	+ 3.0	740,086	+ 6.1	3,333,133	+ 3.6	Épicerie - Boucheries	1
345,016	- 1.3	372,127	- 4.9	717,143	- 3.2	Épicerie, confiseries et articles divers	2
64,731	+ 10.3	476,771	+ 1.1	541,502	+ 2.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,884,835	+ 1.8	-	-	1,884,835	+ 1.8	Grands magasins	4
297,303	+ 6.6	77,920	+ 8.5	375,223	+ 7.0	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	7,000	+ 7.7	7,000	+ 7.7	Magasins généraux	6
40,748	- 2.1	3,408	- 19.5	44,157	- 3.7	Bazars	7
-	-	5,795,580	+ 2.0	5,795,580	+ 2.0	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	111,731	+ 2.7	111,731	+ 2.7	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
740,338	+ 13.4	854,659	- 4.5	1,594,997	+ 3.0	Stations-service	10
-	-	189,853	- 10.3	189,853	- 10.3	Garages	11
x	x	x	x	487,850	+ 1.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
218,265	+ 6.1	98,964	- 7.7	317,230	+ 1.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
388,803	+ 1.0	143,524	- 5.4	532,327	- 0.8	Magasins de vêtements pour dames	14
226,987	+ 8.2	46,327	- 2.6	273,313	+ 6.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
41,307	- 12.9	22,540	+ 7.3	63,847	- 6.7	Magasins de chaussures spécialisées	16
166,677	+ 11.1	59,728	+ 13.6	226,405	+ 11.7	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	132,162	+ 9.4	Quincailleries	18
142,047	+ 8.5	124,484	+ 0.8	266,531	+ 4.8	Magasins de meubles	19
51,550	+ 12.1	96,089	+ 5.1	147,639	+ 7.5	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	267,758	- 2.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
318,971	+ 24.7	764,131	+ 7.0	1,083,102	+ 11.7	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
94,802	+ 5.5	58,984	+ 3.1	153,786	+ 4.6	Librairies et papeteries	23
4,532	+ 3.7	90,366	+ 2.1	94,898	+ 2.2	Fleuristes	24
75,881	+ 2.4	103,557	- 1.2	179,438	+ 0.2	Bijouteries	25
126,572	+ 12.0	110,503	+ 8.8	237,075	+ 10.5	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
252,277	+ 9.4	321,715	+ 23.0	573,992	+ 16.6	Magasins d'accessoires personnels	27
1,499,658	+ 7.4	1,543,279	+ 4.0	3,042,937	+ 5.6	Tous les autres magasins	28
9,855,251	+ 5.1	12,820,193	+ 2.2	22,675,444	+ 3.4	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 9. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Manitoba

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	116,226	+ 4.1
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	21,124	+ 0.8
3	All other food stores	818	+ 0.7	5,231	+ 15.3	6,049	+ 13.1
4	Department stores	64,473	+ 3.9	-	-	64,473	+ 3.9
5	General merchandise stores	x	x	x	x	17,347	+ 0.5
6	General stores	x	x	x	x	16,202	- 8.1
7	Variety stores	x	x	x	x	4,143	- 4.1
8	Motor vehicle dealers	-	-	91,273	+ 1.1	91,273	+ 1.1
9	Used car dealers	-	-	4,368	+ 29.2	4,368	+ 29.2
10	Service stations	13,739	+ 1.8	34,062	- 1.8	47,801	- 0.7
11	Garages	-	-	3,471	+ 17.6	3,471	+ 17.6
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	10,521	+ 5.9
13	Men's clothing stores	4,824	+ 9.1	1,474	+ 2.3	6,298	+ 7.4
14	Women's clothing stores	8,436	- 1.7	1,092	- 16.9	9,528	- 3.7
15	Family clothing stores	7,300	+ 5.9	738	- 2.4	8,038	+ 5.1
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	435*	...
17	Family shoe stores	x	x	x	x	3,689	+ 19.2
18	Hardware stores	x	x	x	x	5,474	- 0.8
19	Household furniture stores	x	x	x	x	6,502	-
20	Household appliance stores	-	-	758	+ 11.1	758	+ 11.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	4,537	+ 2.0	2,248	+ 18.1	6,786	+ 6.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	18,746	+ 1.2
23	Book and stationery stores	2,537	+ 1.9	1,401	- 5.0	3,939	- 0.6
24	Florists	x	x	x	x	1,225	- 5.9
25	Jewellery stores	2,591	+ 1.5	1,502	+ 2.6	4,094	+ 1.9
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	6,610	+ 10.6
27	Personal accessories stores	3,074	- 0.6	2,126*	...	5,200*	- 14.3
28	All other stores	24,595	- 5.1	32,742	+ 6.8	57,336	+ 1.3
29	All stores	269,601	+ 3.9	278,058	+ 0.3	547,659	+ 2.0

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 9. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Manitoba

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,274,879	+ 9.6	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	229,163	+ 3.5	Épiceries, confiseries et articles divers	2
8,962	+ 3.2	56,579	+ 11.5	65,541	+ 10.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
491,085	+ 1.8	-	-	491,085	+ 1.8	Grands magasins	4
x	x	x	x	134,244	+ 6.1	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	163,868	+ 2.1	Magasins généraux	6
x	x	x	x	31,994	+ 0.6	Bazars	7
-	-	1,083,969	--	1,083,969	--	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	44,187	+ 23.1	44,187	+ 23.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
149,243	+ 7.2	366,052	+ 5.4	515,295	+ 5.9	Stations-service	10
-	-	38,231	+ 15.3	38,231	+ 15.3	Garages	11
x	x	x	x	107,296	+ 15.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
32,635	+ 6.1	11,243	+ 7.5	43,878	+ 6.5	Magasins de vêtements pour hommes	13
78,092	- 0.3	15,669	- 7.4	93,760	- 1.6	Magasins de vêtements pour dames	14
64,415	+ 1.9	7,196	- 10.5	71,611	+ 0.5	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	4,880*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	28,882	+ 9.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	54,911	+ 13.2	Quincailleries	18
x	x	x	x	67,291	+ 9.5	Magasins de meubles	19
-	-	6,414*	...	6,414*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
44,418	+ 8.9	22,395	- 16.0	66,814	- 0.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	201,007	+ 12.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
21,184	+ 9.0	12,587	+ 14.8	33,771	+ 11.1	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	15,160	- 1.9	Fleuristes	24
20,050	+ 3.5	13,820	- 18.7	33,870	- 6.8	Bijouteries	25
x	x	x	x	69,514	- 2.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
23,329	+ 1.8	26,774	- 13.4	50,103	- 6.9	Magasins d'accessoires personnels	27
237,123	+ 7.1	326,579	+ 3.2	563,703	+ 4.8	Tous les autres magasins	28
2,487,554	+ 5.7	3,097,766	+ 4.0	5,585,319	+ 4.7	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 10. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Winnipeg

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	82,177	+ 8.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	11,531	+ 7.5
3	All other food stores	x	x	x	x	4,374	+ 11.7
4	Department stores	58,676	+ 4.0	-	-	58,676	+ 4.0
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	-	-	x	x	x	x
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	51,935	+ 2.3	51,935	+ 2.3
9	Used car dealers	-	-	2,553	+ 24.0	2,553	+ 24.0
10	Service stations	x	x	x	x	28,228	- 8.8
11	Garages	-	-	1,396	+ 20.9	1,396	+ 20.9
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	7,853	+ 27.0
13	Men's clothing stores	3,284	+ 0.1	387	- 7.1	3,671	- 0.6
14	Women's clothing stores	7,439	- 2.9	603	- 15.2	8,041	- 3.9
15	Family clothing stores	4,372	+ 5.7	96	+ 18.3	4,469	+ 5.9
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	435*	...
17	Family shoe stores	x	x	x	x	3,002	+ 22.9
18	Hardware stores	x	x	x	x	2,038	+ 8.8
19	Household furniture stores	x	x	x	x	4,501	- 1.3
20	Household appliance stores	-	-	286	+ 9.3	286	+ 9.3
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	5,383	+ 5.1
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	11,457	+ 0.1
23	Book and stationery stores	2,340	+ 2.0	683	- 5.5	3,023	+ 0.2
24	Florists	x	x	x	x	437	- 6.9
25	Jewellery stores	x	x	x	x	2,995	+ 2.0
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	3,381	+ 3.1
27	Personal accessories stores	2,818	- 1.4	1,684*	...	4,501*	- 16.8
28	All other stores	20,655	- 10.4	21,420	+ 2.5	42,075	- 4.2
29	All stores	214,530	+ 3.0	141,188	+ 2.1	355,718	+ 2.6

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 10. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Winnipeg

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	876,262	+ 7.2	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	124,359	- 1.7	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	48,434	+ 8.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
446,726	+ 1.6	-	-	446,726	+ 1.6	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	x	x	x	x	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	604,372	- 5.7	604,372	- 5.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	28,187	+ 16.6	28,187	+ 16.6	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	311,072	+ 1.4	Stations-service	10
-	-	15,688	+ 0.9	15,688	+ 0.9	Garages	11
x	x	x	x	69,987	+ 10.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
24,639	+ 0.7	3,392	- 8.6	28,031	- 0.4	Magasins de vêtements pour hommes	13
69,230	+ 0.6	8,945	- 6.9	78,175	- 0.2	Magasins de vêtements pour dames	14
39,686	+ 0.5	1,164*	...	40,850*	- 0.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	4,880*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	22,757	+ 12.6	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	20,280	+ 28.3	Quincailleries	18
x	x	x	x	47,067	+ 9.6	Magasins de meubles	19
-	-	2,807*	...	2,807*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	50,288	+ 0.3	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	123,661	+ 11.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
19,597	+ 9.4	6,761	+ 25.6	26,358	+ 13.2	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	5,266	- 8.7	Fleuristes	24
x	x	x	x	23,758	- 13.6	Bijouteries	25
x	x	x	x	34,851	- 6.5	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
20,896	+ 9.8	22,631	- 15.3	43,527	- 4.8	Magasins d'accessoires personnels	27
207,854	+ 9.9	216,835	+ 1.2	424,689	+ 5.3	Tous les autres magasins	28
2,013,246	+ 5.8	1,545,017	- 1.8	3,558,263	+ 2.3	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 11. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Saskatchewan

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	79,148	+ 6.7
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,963	+ 8.4
3	All other food stores	382	- 10.0	3,415	+ 6.7	3,797	+ 4.7
4	Department stores	43,758	+ 0.8	-	-	43,758	+ 0.8
5	General merchandise stores	15,246	- 10.6	1,136	+ 25.7	16,381	- 8.8
6	General stores	10,027	- 11.9	13,915*	...	23,942*	- 17.5
7	Variety stores	4,569	- 5.7	296	- 3.4	4,865	- 5.6
8	Motor vehicle dealers	-	-	100,855	+ 0.3	100,855	+ 0.3
9	Used car dealers	-	-	3,199	+ 27.0	3,199	+ 27.0
10	Service stations	9,745	+ 28.0	29,929	+ 10.4	39,674	+ 14.3
11	Garages	-	-	4,641	+ 16.0	4,641	+ 16.0
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	13,449	+ 6.0
13	Men's clothing stores	3,923	+ 10.5	2,641	+ 24.7	6,564	+ 15.8
14	Women's clothing stores	6,302	- 4.9	2,485	+ 9.8	8,788	- 1.2
15	Family clothing stores	6,023	+ 1.7	760	- 10.2	6,783	+ 0.2
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	236	- 9.8
17	Family shoe stores	x	x	x	x	3,381	+ 3.1
18	Hardware stores	x	x	x	x	5,707	- 11.7
19	Household furniture stores	-	-	3,677	- 8.9	3,677	- 8.9
20	Household appliance stores	-	-	2,005	- 8.1	2,005	- 8.1
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	3,176	- 4.7
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	19,308	+ 6.8
23	Book and stationery stores	1,604	- 1.0	1,363	+ 2.1	2,968	+ 0.3
24	Florists	x	x	x	x	1,051	- 4.0
25	Jewellery stores	1,788	- 2.4	2,852	+ 18.7	4,639	+ 9.6
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	7,699	+ 10.0
27	Personal accessories stores	2,569	+ 13.6	2,889	+ 9.2	5,458	+ 11.2
28	All other stores	28,679	+ 4.4	40,668	+ 24.6	69,347	+ 15.4
29	All stores	210,942	+ 3.2	293,513	+ 4.4	504,455	+ 3.9

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 11. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Saskatchewan

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	854,874	+ 0.7	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	206,638	+ 2.8	Épicerie, confiseries et articles divers	2
3,751	- 1.7	34,876	- 8.9	38,627	- 8.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
328,665	- 0.7	-	-	328,665	- 0.7	Grands magasins	4
113,404	- 2.7	12,745	+ 15.3	126,149	- 1.2	Magasins de marchandises diverses	5
96,269	- 10.0	184,386	- 9.9	280,655	- 9.9	Magasins généraux	6
34,649	- 7.0	2,614	- 12.8	37,263	- 7.4	Bazars	7
-	-	1,095,471	+ 2.8	1,095,471	+ 2.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	30,984	+ 22.6	30,984	+ 22.6	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
103,251*	...	355,822	+ 16.1	459,073*	+ 20.7	Stations-service	10
-	-	40,878	+ 1.7	40,878	+ 1.7	Garages	11
x	x	x	x	129,414	+ 9.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
25,556	+ 4.7	20,025	+ 19.6	45,581	+ 10.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
63,528	- 4.7	25,604	+ 4.8	89,132	- 2.1	Magasins de vêtements pour dames	14
51,641	+ 2.3	8,206	- 9.9	59,847	+ 0.5	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	2,941	+ 1.7	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	29,774	- 3.1	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	58,853	- 4.0	Quincailleries	18
-	-	32,990	+ 7.2	32,990	+ 7.2	Magasins de meubles	19
-	-	19,787	+ 2.3	19,787	+ 2.3	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	30,414	+ 1.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	200,021	+ 3.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
12,531	+ 1.3	9,443	- 4.1	21,974	- 1.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	14,475	- 1.9	Fleuristes	24
14,406	- 0.8	20,788	- 0.6	35,194	- 0.7	Bijouteries	25
x	x	x	x	74,947	- 3.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
15,534	+ 10.8	24,838	+ 4.5	40,372	+ 6.9	Magasins d'accessoires personnels	27
240,758	- 5.2	408,270	+ 2.3	649,027	- 0.5	Tous les autres magasins	28
1,912,053	+ 1.2	3,121,967	+ 2.5	5,034,020	+ 2.0	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 12. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Alberta

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	184,585	+ 5.3	41,044	+ 10.7	225,629	+ 6.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	19,887	+ 6.7	27,685	+ 7.0	47,572	+ 6.9
3	All other food stores	797	- 11.6	15,773	+ 6.4	16,570	+ 5.4
4	Department stores	165,738	+ 4.1	-	-	165,738	+ 4.1
5	General merchandise stores	24,133	+ 2.1	6,168	+ 4.5	30,300	+ 2.6
6	General stores	x	x	x	x	59,460	+ 9.9
7	Variety stores	5,440	- 4.0	537	- 2.8	5,976	- 3.9
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	335,709	+ 6.4
9	Used car dealers	-	-	6,008	+ 7.4	6,008	+ 7.4
10	Service stations	32,452	+ 15.4	56,255	+ 18.6	88,707	+ 17.4
11	Garages	x	x	x	x	8,040	+ 17.5
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	41,113	+ 11.7
13	Men's clothing stores	15,749	+ 3.9	8,911	- 5.8	24,660	+ 0.1
14	Women's clothing stores	24,748	+ 0.7	5,826	- 9.4	30,573	- 1.3
15	Family clothing stores	20,949	+ 1.7	4,540	+ 13.4	25,489	+ 3.6
16	Specialty shoe stores	824*	...	2,901	+ 23.7	3,725*	+ 8.0
17	Family shoe stores	7,930	+ 21.7	2,195	+ 15.2	10,125	+ 20.2
18	Hardware stores	x	x	x	x	13,245	- 3.9
19	Household furniture stores	x	x	x	x	14,166	+ 12.9
20	Household appliance stores	x	x	x	x	10,656	+ 11.3
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	21,217	+ 9.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	22,030	+ 27.0	58,579	+ 9.2	80,609	+ 13.5
23	Book and stationery stores	6,139	- 7.6	3,313	+ 8.3	9,451	- 2.5
24	Florists	x	x	x	x	5,102	- 1.5
25	Jewellery stores	7,578	+ 12.9	6,527*	...	14,105*	- 8.7
26	Sporting goods and accessories stores	7,541	+ 12.9	20,828	+ 22.8	28,369	+ 20.0
27	Personal accessories stores	16,250	+ 9.4	7,206	+ 15.1	23,457	+ 11.1
28	All other stores	92,943	+ 5.5	97,633	+ 17.6	190,576	+ 11.4
29	All stores	731,375	+ 5.6	804,973	+ 9.7	1,536,347	+ 7.7

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 12. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Alberta

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
2,005,344	+ 5.2	433,860	+ 7.4	2,439,203	+ 5.6	Épicerie - Boucheries	1
208,763	+ 4.5	309,061	+ 4.2	517,824	+ 4.3	Épicerie, confiseries et articles divers	2
8,301	- 1.7	153,970	+ 13.6	162,271	+ 12.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,288,444	+ 4.0	-	-	1,288,444	+ 4.0	Grands magasins	4
162,933	+ 6.6	69,407	+ 3.8	232,341	+ 5.7	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	619,898	- 0.7	Magasins généraux	6
43,709	+ 6.2	5,476	+ 1.9	49,185	+ 5.7	Bazars	7
x	x	x	x	3,695,823	+ 10.1	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	64,220*	...	64,220*	...	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
349,192	+ 5.9	579,807	+ 6.9	928,999	+ 6.6	Stations-service	10
x	x	x	x	86,132	+ 7.7	Garages	11
x	x	x	x	378,676	+ 7.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
110,922	+ 10.7	78,116	- 6.9	189,038	+ 2.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
233,530	+ 4.9	70,075	+ 0.5	303,606	+ 3.8	Magasins de vêtements pour dames	14
181,866	+ 2.0	47,224	+ 8.5	229,090	+ 3.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
9,589	- 19.4	26,099	+ 10.9	35,688	+ 0.7	Magasins de chaussures spécialisées	16
68,491	+ 7.7	19,887	- 3.0	88,377	+ 5.1	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	146,596	+ 3.7	Quincailleries	18
x	x	x	x	143,325	+ 26.2	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	94,881	+ 4.5	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	192,376	+ 20.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
201,448	+ 15.0	591,531	+ 10.7	792,979	+ 11.7	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
51,594	- 3.6	28,059	+ 4.2	79,653	- 0.9	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	61,095	+ 8.2	Fleuristes	24
54,880	+ 10.0	60,143	- 15.9	115,022	- 5.2	Bijouteries	25
67,493	+ 15.8	232,785	+ 14.1	300,278	+ 14.5	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
112,872	+ 26.7	63,046	+ 3.9	175,919	+ 17.5	Magasins d'accessoires personnels	27
930,676	+ 6.6	983,304	+ 13.5	1,913,979	+ 10.1	Tous les autres magasins	28
6,843,478	+ 5.2	8,481,442	+ 10.0	15,324,920	+ 7.8	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 13. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

British Columbia

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	244,296	+ 17.7	91,181	- 2.0	335,477	+ 11.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	19,772	+ 4.6	45,903	+ 4.5	65,675	+ 4.5
3	All other food stores	3,891	- 2.4	26,605	+ 14.9	30,495	+ 12.3
4	Department stores	205,334	+ 6.2	-	-	205,334	+ 6.2
5	General merchandise stores	22,144	+ 7.8	5,355	+ 4.4	27,499	+ 7.1
6	General stores	x	x	x	x	12,424	+ 9.8
7	Variety stores	6,357	- 9.1	1,139	+ 17.7	7,495	- 5.8
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	335,019	+ 5.4
9	Used car dealers	-	-	15,389	+ 11.2	15,389	+ 11.2
10	Service stations	46,670	+ 7.3	87,228	+ 22.0	133,898	+ 16.4
11	Garages	-	-	17,214	+ 6.5	17,214	+ 6.5
12	Automotive parts and accessories stores	10,514	+ 5.0	19,120	+ 1.8	29,634	+ 2.9
13	Men's clothing stores	11,155	+ 5.5	5,301	+ 1.3	16,457	+ 4.1
14	Women's clothing stores	23,079	+ 7.5	13,517	+ 20.4	36,596	+ 12.0
15	Family clothing stores	19,068	- 2.7	6,369	+ 10.7	25,436	+ 0.3
16	Specialty shoe stores	1,463*	...	2,053	+ 4.0	3,516*	+ 21.5
17	Family shoe stores	6,424	+ 17.5	3,817	+ 8.0	10,240	+ 13.8
18	Hardware stores	x	x	x	x	13,638	+ 7.4
19	Household furniture stores	x	x	x	x	23,403	+ 21.9
20	Household appliance stores	283	- 14.5	4,656	+ 11.0	4,939	+ 9.2
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	18,728*	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	37,533	+ 2.5	47,626	+ 4.7	85,159	+ 3.7
23	Book and stationery stores	4,795	- 3.9	5,824	+ 8.5	10,619	+ 2.5
24	Florists	x	x	x	x	5,398	+ 19.6
25	Jewellery stores	6,974	+ 12.3	8,849	+ 4.7	15,823	+ 7.9
26	Sporting goods and accessories stores	8,913	+ 21.6	24,506	+ 29.3	33,418	+ 27.2
27	Personal accessories stores	13,148	+ 7.0	20,609	+ 14.0	33,757	+ 11.2
28	All other stores	104,983	+ 5.0	121,146	+ 14.9	226,129	+ 10.1
29	All stores	826,394	+ 9.2	952,416	+ 9.0	1,778,810	+ 9.1

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 13. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Colombie-Britannique

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
2,537,051	+ 8.1	1,054,901	+ 3.7	3,591,952	+ 6.8	Épiceries - Boucheries	1
217,882	- 2.9	526,799	+ 3.8	744,682	+ 1.7	Épiceries, confiseries et articles divers	2
41,841	- 5.2	282,768	+ 9.9	324,609	+ 7.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,604,538	+ 7.0	-	-	1,604,538	+ 7.0	Grands magasins	4
154,372	+ 8.3	60,390	+ 6.1	214,762	+ 7.7	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	129,892	+ 6.0	Magasins généraux	6
55,747	- 2.6	9,302	+ 8.5	65,049	- 1.1	Bazars	7
x	x	x	x	3,849,495	+ 10.9	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	165,292	+ 19.9	165,292	+ 19.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
530,745	+ 8.0	934,842	+ 15.8	1,465,587	+ 12.8	Stations-service	10
-	-	173,742	+ 19.0	173,742	+ 19.0	Garages	11
103,794	+ 7.2	174,089	+ 6.7	277,883	+ 6.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
83,961	+ 6.5	50,873	+ 9.4	134,834	+ 7.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
210,343	+ 4.9	145,998	+ 21.0	356,341	+ 10.9	Magasins de vêtements pour dames	14
166,073	+ 1.6	70,105	+ 10.6	236,179	+ 4.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
13,211*	...	21,103	+ 4.8	34,314*	+ 15.6	Magasins de chaussures spécialisées	16
61,082	+ 13.7	36,561	+ 8.0	97,642	+ 11.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	136,960	+ 17.3	Quincailleries	18
x	x	x	x	203,276	+ 18.0	Magasins de meubles	19
3,246	- 19.7	40,412	+ 16.5	43,658	+ 12.7	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	156,139	+ 32.6	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
348,494	+ 3.5	494,077	+ 3.5	842,571	+ 3.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
38,781	+ 2.1	53,816	+ 18.9	92,597	+ 11.3	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	63,861	+ 25.6	Fleuristes	24
51,825	+ 10.0	78,708	+ 5.8	130,532	+ 7.4	Bijouteries	25
81,871	+ 35.5	295,653	+ 28.2	377,524	+ 29.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
98,130	+ 11.5	247,460	+ 31.4	345,590	+ 25.1	Magasins d'accessoires personnels	27
1,092,697	+ 9.1	1,271,123	+ 16.2	2,363,820	+ 12.8	Tous les autres magasins	28
7,795,005	+ 7.5	10,428,317	+ 12.0	18,223,322	+ 10.0	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 14. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Vancouver

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	159,382	+ 17.1
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	37,699	+ 3.0
3	All other food stores	3,108	- 3.0	15,513	+ 13.3	18,621	+ 10.2
4	Department stores	115,930	+ 5.7	-	-	115,930	+ 5.7
5	General merchandise stores	x	x	x	x	8,004	+ 11.6
6	General stores	-	-	162	- 4.8	162	- 4.8
7	Variety stores	x	x	x	x	738	- 1.6
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	191,538	+ 5.6
9	Used car dealers	-	-	5,558	+ 4.0	5,558	+ 4.0
10	Service stations	20,859	+ 1.7	32,368	+ 29.5	53,227	+ 16.9
11	Garages	-	-	7,936	- 5.6	7,936	- 5.6
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	13,828	+ 4.6
13	Men's clothing stores	8,146	+ 4.9	2,210	+ 0.4	10,356	+ 3.9
14	Women's clothing stores	13,984	+ 5.0	8,925	+ 23.7	22,909	+ 11.6
15	Family clothing stores	8,679	- 3.7	2,954	+ 17.9	11,633	+ 0.9
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	1,987	+ 30.0
17	Family shoe stores	x	x	x	x	5,485	+ 10.1
18	Hardware stores	x	x	x	x	5,028	+ 20.2
19	Household furniture stores	5,355	+ 17.8	8,952	+ 11.8	14,307	+ 14.0
20	Household appliance stores	x	x	x	x	2,202	- 8.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	12,129*	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	43,938	- 2.3
23	Book and stationery stores	2,993	+ 5.8	2,074	+ 16.0	5,066	+ 9.7
24	Florists	x	x	x	x	2,260	+ 7.7
25	Jewellery stores	3,953	+ 8.8	5,917	+ 8.0	9,869	+ 8.4
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	20,348*	...
27	Personal accessories stores	9,423	+ 4.9	11,411	+ 14.3	20,833	+ 9.9
28	All other stores	59,148	+ 7.8	58,047	+ 15.9	117,195	+ 11.7
29	All stores	466,539	+ 9.9	451,628	+ 9.4	918,168	+ 9.7

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 14. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Vancouver

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,620,595	+ 12.9	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	435,200	- 0.1	Épiceries, confiseries et articles divers	2
34,006	- 6.0	169,239	+ 6.8	203,245	+ 4.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
917,019	+ 5.5	-	-	917,019	+ 5.5	Grands magasins	4
x	x	x	x	64,608	+ 9.9	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	1,667	- 1.4	1,667	- 1.4	Magasins généraux	6
x	x	x	x	6,699	+ 27.6	Bazars	7
x	x	x	x	2,171,300	+ 13.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	60,692	+ 8.4	60,692	+ 8.4	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
231,730	+ 2.1	319,695	+ 10.1	551,424	+ 6.6	Stations-service	10
-	-	88,275	+ 8.8	88,275	+ 8.8	Garages	11
x	x	x	x	132,542	+ 11.2	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
62,864	+ 6.5	24,317	+ 11.9	87,181	+ 7.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
130,242	+ 2.6	101,978	+ 22.1	232,220	+ 10.4	Magasins de vêtements pour dames	14
73,759	+ 1.1	33,933	+ 10.6	107,692	+ 3.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	18,359	+ 23.5	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	54,393	+ 10.7	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	47,468	+ 28.0	Quincailleries	18
52,803	+ 10.3	82,272	+ 21.1	135,075	+ 16.6	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	20,892	+ 3.0	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	101,874	+ 20.6	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	446,253	+ 0.1	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
24,779	+ 11.8	19,127	+ 19.3	43,906	+ 15.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	29,104	+ 9.9	Fleuristes	24
30,579	+ 9.5	53,385	+ 8.3	83,963	+ 8.7	Bijouteries	25
x	x	x	x	214,291*	...	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
73,488	+ 11.3	155,983*	...	229,471*	+ 31.5	Magasins d'accessoires personnels	27
603,727	+ 13.5	585,568	+ 15.7	1,189,295	+ 14.5	Tous les autres magasins	28
4,365,839	+ 10.1	4,928,864	+ 12.1	9,294,703	+ 11.1	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 15. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Yukon and Northwest Territories

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	-	-	6,847	+ 13.3	6,847	+ 13.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	-	-	1,413	+ 1.1	1,413	+ 1.1
3	All other food stores	-	-	313*	...	313*	...
4	Department stores	-	-	-	-	-	-
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	x	x	x	x	12,931	+ 7.4
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	3,507	- 10.1	3,507	- 10.1
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	-	-	1,434	- 6.5	1,434	- 6.5
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	621*	...
13	Men's clothing stores	-	-	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	-	-	97	+ 11.9	97	+ 11.9
15	Family clothing stores	x	x	x	x	268	+ 13.7
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	-	-	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	590	+ 14.0	590	+ 14.0
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	-	-	1,463	+ 1.2	1,463	+ 1.2
23	Book and stationery stores	-	-	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	-	-	887	+ 4.2	887	+ 4.2
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	1,028	+ 19.4
28	All other stores	x	x	x	x	4,168	+ 10.1
29	All stores	16,757	+ 8.7	24,603	+ 5.2	41,360	+ 6.6

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 15. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Yukon et Territoires du Nord-Ouest

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
-	-	72,270	+ 7.3	72,270	+ 7.3	Épicerie - Boucheries	1
-	-	16,971	+ 19.1	16,971	+ 19.1	Épicerie, confiseries et articles divers	2
-	-	3,852*	...	3,852*	...	Tous les autres magasins d'aliments	3
-	-	-	-	-	-	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	129,623	+ 7.5	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	44,802	- 7.7	44,802	- 7.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
-	-	19,923	- 0.7	19,923	- 0.7	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	5,743	+ 0.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
-	-	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
-	-	1,023	- 16.5	1,023	- 16.5	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	2,553	+ 0.5	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	5,935	+ 2.2	5,935	+ 2.2	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	x	x	x	x	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
-	-	16,867	+ 5.9	16,867	+ 5.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
-	-	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
-	-	8,143	+ 5.8	8,143	+ 5.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	10,115	+ 31.0	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	43,257	+ 5.8	Tous les autres magasins	28
162,178	+ 5.1	265,377	+ 6.7	427,555	+ 6.0	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 16. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Canada

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	1,540,668	+ 7.5	892,311	+ 9.5	2,432,979	+ 8.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	181,758	+ 4.4	509,612	--	691,370	+ 1.0
3	All other food stores	26,117	+ 4.2	235,965	+ 6.5	262,082	+ 6.3
4	Department stores	1,516,268	+ 5.0	-	-	1,516,268	+ 5.0
5	General merchandise stores	307,340	+ 4.1	75,467	+ 11.4	382,807	+ 5.5
6	General stores	92,961	+ 4.1	120,879	+ 2.3	213,840	+ 3.1
7	Variety stores	88,968	- 5.3	12,101	+ 0.9	101,069	- 4.6
8	Motor vehicle dealers	33,773	- 3.2	2,930,470	--	2,964,243	--
9	Used car dealers	-	-	102,897	+ 2.1	102,897	+ 2.1
10	Service stations	332,140	+ 8.6	800,769	+ 9.8	1,132,909	+ 9.5
11	Garages	x	x	x	x	177,419	+ 5.4
12	Automotive parts and accessories stores	21,887	+ 3.8	370,508	+ 7.9	392,395	+ 7.7
13	Men's clothing stores	116,772	+ 3.7	72,256	- 0.7	189,028	+ 1.9
14	Women's clothing stores	215,870	+ 0.6	95,279	+ 4.2	311,149	+ 1.7
15	Family clothing stores	177,354	+ 8.0	68,957	+ 7.8	246,311	+ 7.9
16	Specialty shoe stores	16,505	+ 11.3	15,272	+ 28.1	31,777	+ 18.8
17	Family shoe stores	107,468	+ 21.9	36,110	+ 7.2	143,578	+ 17.9
18	Hardware stores	26,790	- 2.2	147,070	+ 7.5	173,860	+ 5.9
19	Household furniture stores	46,648	+ 4.0	152,841	+ 2.9	199,489	+ 3.2
20	Household appliance stores	7,281	+ 5.1	62,107	+ 6.7	69,388	+ 6.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	99,584	+ 5.5	67,322	+ 8.4	166,906	+ 6.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	215,115	+ 3.0	474,072	+ 9.3	689,186	+ 7.3
23	Book and stationery stores	49,592	+ 0.8	51,096	+ 5.9	100,687	+ 3.3
24	Florists	x	x	x	x	48,333	+ 0.6
25	Jewellery stores	53,918	- 2.4	57,136	- 2.2	111,054	- 2.3
26	Sporting goods and accessories stores	58,175	+ 14.7	154,837	+ 12.9	213,013	+ 13.4
27	Personal accessories stores	124,696	+ 5.7	135,821	+ 3.8	260,517	+ 4.7
28	All other stores	885,878	+ 3.0	952,721	+ 8.6	1,838,599	+ 5.8
29	All stores	6,346,176	+ 5.2	8,816,979	+ 4.6	15,163,155	+ 4.9

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 16. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Canada

January-November - 1989 - Janvier-Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
16,695,337	+ 3.4	9,716,399	+ 8.4	26,411,735	+ 5.2	Épicerie - Boucheries	1
1,970,086	+ 0.8	5,696,372	+ 1.3	7,666,458	+ 1.2	Épicerie, confiseries et articles divers	2
289,120	+ 8.0	2,532,068	+ 5.5	2,821,188	+ 5.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
11,575,368	+ 4.4	-	-	11,575,368	+ 4.4	Grands magasins	4
2,138,389	+ 3.6	769,173	+ 12.1	2,907,562	+ 5.7	Magasins de marchandises diverses	5
890,423	- 1.6	1,349,786	+ 6.3	2,240,209	+ 3.0	Magasins généraux	6
723,855	- 5.3	127,980	- 0.5	851,835	- 4.6	Bazars	7
414,335	+ 0.6	33,750,749	+ 2.5	34,165,084	+ 2.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	1,170,877	+ 6.0	1,170,877	+ 6.0	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
3,702,777	+ 10.0	8,636,004	+ 4.1	12,338,781	+ 5.8	Stations-service	10
x	x	x	x	1,784,400	+ 2.8	Garages	11
214,963	+ 0.5	3,444,844	+ 10.8	3,659,807	+ 10.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
848,940	+ 6.0	625,734	+ 0.3	1,474,674	+ 3.5	Magasins de vêtements pour hommes	13
2,008,825	+ 2.6	999,259	+ 3.1	3,008,084	+ 2.7	Magasins de vêtements pour dames	14
1,517,508	+ 7.4	663,370	+ 9.7	2,180,878	+ 8.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
159,064	- 0.6	144,536	+ 22.3	303,600	+ 9.1	Magasins de chaussures spécialisées	16
869,570	+ 7.6	320,588	+ 2.8	1,190,158	+ 6.2	Magasins de chaussures pour la famille	17
259,661	+ 4.8	1,533,792	+ 11.1	1,793,453	+ 10.1	Quincailleries	18
462,800	+ 5.5	1,499,757	+ 7.8	1,962,558	+ 7.3	Magasins de meubles	19
69,324	+ 11.7	574,595	+ 2.8	643,919	+ 3.7	Magasins d'appareils ménagers	20
960,708	+ 10.7	684,880	+ 2.0	1,645,588	+ 6.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
2,219,210	+ 11.1	4,979,997	+ 7.8	7,199,207	+ 8.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
419,615	+ 5.0	469,674	+ 8.4	889,289	+ 6.8	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	584,453	+ 10.0	Fleuristes	24
424,478	+ 2.9	503,977	+ 0.8	928,456	+ 1.7	Bijouteries	25
516,340	+ 13.9	2,046,056	+ 7.9	2,562,396	+ 9.1	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
955,997	+ 11.4	1,440,328	+ 10.3	2,396,325	+ 10.7	Magasins d'accessoires personnels	27
8,729,858	+ 5.1	9,729,008	+ 8.4	18,458,866	+ 6.9	Tous les autres magasins	28
59,067,122	+ 4.7	95,748,087	+ 5.1	154,815,209	+ 5.0	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 17. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Newfoundland - Terre-Neuve

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	35,676	- 4.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	31,554	+ 3.9
3	All other food stores	x	x	x	x	3,173	+ 22.2
4	Department stores	14,055	+ 4.7	-	-	14,055	+ 4.7
5	General merchandise stores	x	x	x	x	13,831	- 2.2
6	General stores	x	x	x	x	8,892	+ 2.0
7	Variety stores	x	x	x	x	5,770	+ 2.2
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	43,054	- 4.1
9	Used car dealers	-	-	687	+ 15.8	687	+ 15.8
10	Service stations	x	x	x	x	27,587	+ 4.5
11	Garages	-	-	1,762	+ 14.9	1,762	+ 14.9
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	6,319	+ 7.3	6,319	+ 7.3
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	943	+ 3.0
14	Women's clothing stores	3,237	+ 4.0	406*	...	3,643*	+ 6.9
15	Family clothing stores	4,902	- 1.2	2,246	- 3.3	7,148	- 1.9
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	3,271	+ 23.7	3,271	+ 23.7
19	Household furniture stores	x	x	x	x	2,543	- 4.1
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	4,650	+ 11.5	346	- 11.5	4,996	+ 9.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	3,150	+ 25.3	14,945	+ 13.9	18,095	+ 15.7
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	519	+ 6.6
24	Florists	x	x	x	x	x	x
25	Jewellery stores	608	- 8.5	399	+ 13.2	1,006	- 0.9
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	1,486	+ 9.8
27	Personal accessories stores	668	+ 11.0	790	+ 19.0	1,459	+ 15.2
28	All other stores	8,569	- 5.7	14,072*	...	22,641*	+ 17.0
29	All stores	104,190	+ 1.3	157,642	+ 4.3	261,831	+ 3.1

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 17. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard

October - 1989 - Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	7,696	- 5.5	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	2,864	+ 26.0	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	323	- 1.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
7,055	+ 1.0	-	-	7,055	+ 1.0	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	1,728	+ 7.3	1,728	+ 7.3	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	13,085	+ 0.5	13,085	+ 0.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	4,402	+ 8.1	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	1,860	- 2.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
329	- 5.5	514	+ 6.2	843	+ 1.2	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	606*	...	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	979	+ 21.6	979	+ 21.6	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	395	- 0.5	395	- 0.5	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	3,741	+ 1.1	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
x	x	x	x	576	+ 0.5	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	640	+ 20.1	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	7,368	- 1.3	Tous les autres magasins	28
19,308	- 4.2	39,869	+ 4.1	59,177	+ 1.2	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 18. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Nova Scotia - Nouvelle-Écosse

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	91,194	- 8.5
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	16,751	- 1.4
3	All other food stores	x	x	x	x	5,457	- 8.3
4	Department stores	38,484	+ 1.5	-	-	38,484	+ 1.5
5	General merchandise stores	15,351	- 2.7	2,754	-	18,105	- 2.3
6	General stores	-	-	5,855	- 2.8	5,855	- 2.8
7	Variety stores	4,401	- 9.0	349	- 10.1	4,750	- 9.0
8	Motor vehicle dealers	-	-	92,848	+ 0.1	92,848	+ 0.1
9	Used car dealers	-	-	3,588	+ 6.2	3,588	+ 6.2
10	Service stations	x	x	x	x	45,328	+ 13.0
11	Garages	-	-	2,050*	...	2,050*	...
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	11,275	+ 3.4
13	Men's clothing stores	2,153	+ 0.1	2,297*	...	4,450*	+ 20.5
14	Women's clothing stores	4,615	- 8.0	2,928	- 2.0	7,543	- 5.7
15	Family clothing stores	2,399	- 1.2	3,101	- 1.8	5,500	- 1.5
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	612	- 15.1
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,189	- 3.5
18	Hardware stores	-	-	4,766	- 1.9	4,766	- 1.9
19	Household furniture stores	x	x	x	x	2,884	- 1.1
20	Household appliance stores	x	x	x	x	889	- 19.6
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	2,854	- 18.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	29,897	+ 5.6
23	Book and stationery stores	1,731	- 18.6	1,404	- 14.4	3,135	- 16.8
24	Florists	x	x	x	x	1,228	+ 6.9
25	Jewellery stores	1,756	- 10.2	317	- 13.5	2,072	- 10.7
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	2,973	- 15.4
27	Personal accessories stores	1,313	+ 2.6	4,929	- 12.4	6,242	- 9.6
28	All other stores	26,619	+ 1.6	28,854	+ 6.3	55,473	+ 4.0
29	All stores	180,348	- 4.9	288,045	+ 2.0	468,392	- 0.8

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 18. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

New Brunswick - Nouveau-Brunswick

October - 1989 - Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	56,262	- 4.8	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	16,076	+ 5.6	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	4,072	- 4.6	Tous les autres magasins d'aliments	3
25,397	+ 0.8	-	-	25,397	+ 0.8	Grands magasins	4
10,284	- 2.0	3,657	+ 4.8	13,941	- 0.3	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	12,788	+ 6.6	12,788	+ 6.6	Magasins généraux	6
4,228	- 20.5	741	+ 3.0	4,970	- 17.7	Bazars	7
x	x	x	x	70,404	+ 11.0	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	3,374	+ 19.5	3,374	+ 19.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
2,488*	...	37,754	+ 3.3	40,242*	+ 4.9	Stations-service	10
-	-	3,568*	...	3,568*	...	Garages	11
-	-	8,886	- 1.5	8,886	- 1.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
1,543	+ 2.1	1,078	- 0.5	2,622	+ 1.0	Magasins de vêtements pour hommes	13
4,215	- 8.4	2,480	+ 12.5	6,695	- 1.6	Magasins de vêtements pour dames	14
3,687	+ 5.6	1,637	- 3.7	5,325	+ 2.5	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	5,036	+ 1.6	5,036	+ 1.6	Quincailleries	18
x	x	x	x	5,088	- 1.6	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	1,104	- 10.4	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
2,193	+ 30.9	21,781	+ 7.7	23,974	+ 9.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
1,217	- 4.1	566	+ 12.7	1,783	+ 0.6	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	1,115	+ 15.6	Fleuristes	24
1,271	+ 9.7	740*	...	2,011*	- 5.5	Bijouteries	25
x	x	x	x	3,798	+ 32.6	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
929	- 2.4	1,566	+ 13.5	2,495	+ 7.0	Magasins d'accessoires personnels	27
15,651	+ 1.8	19,855	- 7.7	35,506	- 3.7	Tous les autres magasins	28
122,649	- 1.6	238,583	+ 5.5	361,232	+ 3.0	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 19. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Quebec

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	535,414	- 1.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	252,477	- 2.5
3	All other food stores	4,479	- 1.7	97,812	+ 5.7	102,291	+ 5.4
4	Department stores	215,697	- 2.5	-	-	215,697	- 2.5
5	General merchandise stores	x	x	x	x	36,324	- 2.9
6	General stores	x	x	x	x	37,671	+ 9.5
7	Variety stores	x	x	x	x	26,640	+ 3.3
8	Motor vehicle dealers	-	-	723,366	+ 2.8	723,366	+ 2.8
9	Used car dealers	-	-	30,063	- 6.2	30,063	- 6.2
10	Service stations	68,374	+ 3.3	270,400	+ 4.9	338,774	+ 4.6
11	Garages	-	-	61,945	- 0.8	61,945	- 0.8
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	68,288	- 5.5
13	Men's clothing stores	17,994	- 4.3	17,318	- 20.3	35,312	- 12.9
14	Women's clothing stores	48,033	- 6.9	34,571	+ 0.7	82,604	- 3.8
15	Family clothing stores	50,714	+ 3.5	33,119	+ 6.4	83,834	+ 4.6
16	Specialty shoe stores	6,655	- 5.4	6,420	+ 35.4	13,075	+ 11.0
17	Family shoe stores	38,079	- 12.1	12,057	- 9.1	50,136	- 11.4
18	Hardware stores	x	x	x	x	61,283	+ 9.5
19	Household furniture stores	12,430	+ 3.8	39,781	- 3.2	52,211	- 1.6
20	Household appliance stores	-	-	13,945	- 1.7	13,945	- 1.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	16,479	+ 13.3	34,385	+ 8.4	50,864	+ 10.0
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	34,507	- 10.9	103,323	+ 10.2	137,830	+ 4.0
23	Book and stationery stores	5,077	+ 7.2	16,559	- 5.5	21,637	- 2.8
24	Florists	-	-	10,979	+ 12.8	10,979	+ 12.8
25	Jewellery stores	4,249	- 17.9	8,977	+ 9.1	13,225	- 1.3
26	Sporting goods and accessories stores	4,783	- 6.0	48,193	- 2.0	52,976	- 2.4
27	Personal accessories stores	16,972	+ 1.0	34,455	+ 9.3	51,427	+ 6.4
28	All other stores	136,752	- 2.5	221,409	+ 4.7	358,161	+ 1.8
29	All stores	975,559	- 2.1	2,542,891	+ 2.0	3,518,450	+ 0.8

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 19. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Metropolitan Montreal - Zone métropolitaine de Montréal

October - 1989 - Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	250,776	- 2.9	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	93,235	- 6.7	Épiceries, confiseries et articles divers	2
1,872	+ 0.3	56,636	+ 13.8	58,508	+ 13.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
119,711	- 7.1	-	-	119,711	- 7.1	Grands magasins	4
x	x	x	x	10,067	+ 7.2	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	7,068*	...	7,068*	...	Magasins généraux	6
x	x	x	x	8,307	- 1.1	Bazars	7
-	-	309,168	+ 1.3	309,168	+ 1.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	9,622	- 9.3	9,622	- 9.3	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
32,953	+ 12.3	81,540	+ 0.2	114,493	+ 3.4	Stations-service	10
-	-	14,556	+ 11.4	14,556	+ 11.4	Garages	11
x	x	x	x	25,713	- 1.7	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
12,645	- 3.2	6,067*	...	18,712*	- 12.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
26,396	- 5.9	14,614	+ 5.0	41,010	- 2.2	Magasins de vêtements pour dames	14
26,978	- 0.9	9,593*	...	36,571*	+ 7.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
4,857	- 4.1	3,985*	...	8,842*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
20,030	- 12.0	6,807	- 9.9	26,837	- 11.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	30,311	+ 7.3	Quincailleries	18
7,461	+ 0.5	16,749	+ 2.0	24,209	+ 1.6	Magasins de meubles	19
-	-	5,923	- 8.6	5,923	- 8.6	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	17,669	- 4.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
21,734	- 15.9	48,233	+ 10.8	69,967	+ 0.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
3,244	+ 16.7	8,808	+ 2.0	12,052	+ 5.6	Librairies et papeteries	23
-	-	5,733	+ 15.1	5,733	+ 15.1	Fleuristes	24
3,210	- 11.0	3,879	+ 13.3	7,090	+ 0.8	Bijouteries	25
3,075	- 9.9	13,716	- 10.4	16,791	- 10.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
11,133	- 2.8	16,089	+ 23.5	27,223	+ 11.1	Magasins d'accessoires personnels	27
95,444	- 4.4	91,010	+ 3.9	186,454	- 0.5	Tous les autres magasins	28
556,618	- 3.7	1,000,000	+ 1.8	1,556,618	- 0.2	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 20. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Ontario

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	567,922	- 4.1	292,362	+ 8.1	860,284	- 0.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	118,110	- 2.6	110,268	+ 3.6	228,378	+ 0.3
3	All other food stores	13,476	+ 1.4	75,946	- 0.3	89,423	- 0.1
4	Department stores	461,596	- 0.4	-	-	461,596	- 0.4
5	General merchandise stores	109,605	+ 0.3	33,854	+ 19.3	143,459	+ 4.2
6	General stores	x	x	x	x	19,557	- 5.5
7	Variety stores	19,414	- 4.3	3,393	- 7.1	22,807	- 4.7
8	Motor vehicle dealers	-	-	1,271,591	+ 1.5	1,271,591	+ 1.5
9	Used car dealers	-	-	38,301	- 2.9	38,301	- 2.9
10	Service stations	155,748	+ 16.0	219,987	+ 3.4	375,736	+ 8.3
11	Garages	x	x	x	x	69,136	+ 7.6
12	Automotive parts and accessories stores	3,604	- 6.9	142,225	- 0.8	145,829	- 1.0
13	Men's clothing stores	41,864	- 1.3	24,353	- 3.1	66,217	- 2.0
14	Women's clothing stores	79,256	- 5.0	29,162	- 10.3	108,418	- 6.5
15	Family clothing stores	45,462	+ 1.3	13,010	+ 2.1	58,473	+ 1.4
16	Specialty shoe stores	5,816	- 4.7	2,989	- 13.6	8,805	- 7.9
17	Family shoe stores	31,167	+ 1.9	11,953	- 0.1	43,121	+ 1.3
18	Hardware stores	x	x	x	x	52,496	+ 4.9
19	Household furniture stores	17,832	- 2.9	56,192	+ 3.3	74,024	+ 1.7
20	Household appliance stores	5,936	+ 5.0	21,587	+ 3.3	27,523	+ 3.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	36,268	- 11.4	11,492	+ 1.9	47,760	- 8.5
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	102,238	+ 9.0	168,564	+ 7.5	270,801	+ 8.1
23	Book and stationery stores	16,557	- 0.2	13,910	+ 3.2	30,467	+ 1.3
24	Florists	1,112	- 2.5	20,265	- 1.2	21,376	- 1.3
25	Jewellery stores	17,963	- 4.0	19,539	+ 6.3	37,502	+ 1.1
26	Sporting goods and accessories stores	21,493	+ 8.9	42,248	+ 13.8	63,741	+ 12.1
27	Personal accessories stores	43,356	+ 0.5	57,471	+ 1.9	100,826	+ 1.3
28	All other stores	359,245	-	325,931	- 2.0	685,176	- 0.9
29	All stores	2,286,965	- 0.3	3,135,857	+ 2.3	5,422,822	+ 1.2

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 20. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Metropolitan Toronto - Zone métropolitaine de Toronto

October - 1989 - Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
229,728	- 3.1	66,099	- 1.5	295,826	- 2.8	Épicerie - Boucheries	1
31,957	- 2.5	33,557	+ 3.7	65,514	+ 0.6	Épicerie, confiseries et articles divers	2
5,544	+ 3.0	43,760	- 1.8	49,304	- 1.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
180,959	- 4.7	-	-	180,959	- 4.7	Grands magasins	4
31,184	+ 2.0	7,293	- 3.9	38,477	+ 0.8	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	642	+ 13.6	642	+ 13.6	Magasins généraux	6
3,845	- 6.6	336	- 6.1	4,181	- 6.5	Bazars	7
-	-	527,573	+ 2.6	527,573	+ 2.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	10,251	- 0.7	10,251	- 0.7	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
68,209	+ 15.9	75,014	+ 4.4	143,222	+ 9.6	Stations-service	10
-	-	18,312	+ 3.3	18,312	+ 3.3	Garages	11
x	x	x	x	42,389	- 3.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
23,147	- 0.9	9,859	- 9.4	33,005	- 3.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
38,094	- 5.7	13,113	- 9.6	51,207	- 6.7	Magasins de vêtements pour dames	14
24,206	+ 6.3	4,171	- 7.1	28,377	+ 4.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
3,864	- 0.5	1,841	- 13.5	5,705	- 5.1	Magasins de chaussures spécialisées	16
16,144	+ 3.5	5,302	+ 6.6	21,446	+ 4.2	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	11,921	+ 3.3	Quincailleries	18
12,309	- 3.0	11,661	- 6.3	23,970	- 4.6	Magasins de meubles	19
4,926	+ 3.0	9,443	+ 9.8	14,370	+ 7.3	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	23,401	- 13.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
30,155	+ 14.2	73,694	+ 9.8	103,849	+ 11.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
8,234	+ 11.9	5,594	- 6.4	13,829	+ 3.7	Librairies et papeteries	23
422	+ 16.8	7,898	+ 8.7	8,319	+ 9.0	Fleuristes	24
6,923	- 7.1	9,350	- 4.7	16,274	- 5.7	Bijouteries	25
12,075	+ 9.7	7,179	+ 8.8	19,254	+ 9.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
23,176	+ 1.5	31,679	+ 7.6	54,855	+ 5.0	Magasins d'accessoires personnels	27
135,539	+ 1.9	145,781	- 0.6	281,321	+ 0.5	Tous les autres magasins	28
915,096	- 0.4	1,172,659	+ 1.8	2,087,755	+ 0.8	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 21. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Manitoba

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	109,806	- 0.1
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	21,440	+ 6.7
3	All other food stores	781	+ 1.7	5,183	+ 6.7	5,964	+ 6.0
4	Department stores	47,907	+ 2.1	-	-	47,907	+ 2.1
5	General merchandise stores	x	x	x	x	13,909	- 1.0
6	General stores	x	x	x	x	13,492	- 18.7
7	Variety stores	x	x	x	x	3,064	- 4.1
8	Motor vehicle dealers	-	-	101,639	+ 6.7	101,639	+ 6.7
9	Used car dealers	-	-	4,472	+ 18.7	4,472	+ 18.7
10	Service stations	14,018	+ 11.2	34,997	- 5.0	49,015	- 0.8
11	Garages	-	-	3,428	+ 14.8	3,428	+ 14.8
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	11,101	+ 23.0
13	Men's clothing stores	3,717	+ 4.1	1,136	+ 5.8	4,853	+ 4.5
14	Women's clothing stores	7,602	- 3.9	1,245	+ 6.2	8,846	- 2.5
15	Family clothing stores	6,093	- 0.9	501*	...	6,594*	- 3.3
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	558*	...
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,903	- 5.4
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,750	- 6.9
19	Household furniture stores	x	x	x	x	6,507	+ 13.4
20	Household appliance stores	-	-	676	+ 10.8	676	+ 10.8
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	4,314	--	2,102	+ 7.3	6,416	+ 2.3
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	19,264	+ 6.0
23	Book and stationery stores	1,837	- 4.1	1,104	- 1.3	2,941	- 3.0
24	Florists	x	x	x	x	1,220	+ 5.9
25	Jewellery stores	1,768	- 0.6	1,446	+ 4.6	3,214	+ 1.6
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	6,544	+ 11.1
27	Personal accessories stores	2,253	- 2.3	2,218	- 3.0	4,471	- 2.6
28	All other stores	22,304	- 3.2	32,708	+ 8.2	55,013	+ 3.2
29	All stores	231,795	+ 0.3	288,214	+ 3.9	520,009	+ 2.3

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 21. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Metropolitan Winnipeg - Zone métropolitaine de Winnipeg

October - 1989 - Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	77,449	+ 0.4	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	12,149	+ 8.1	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	4,282	+ 6.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
43,599	+ 1.9	-	-	43,599	+ 1.9	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	x	x	x	x	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	55,122	+ 2.3	55,122	+ 2.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	2,643	+ 8.7	2,643	+ 8.7	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	28,595	- 8.0	Stations-service	10
-	-	1,338	+ 9.5	1,338	+ 9.5	Garages	11
x	x	x	x	6,622	+ 9.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
2,595	- 2.3	382	- 0.4	2,976	- 2.0	Magasins de vêtements pour hommes	13
6,717	- 5.1	663	+ 9.1	7,380	- 3.9	Magasins de vêtements pour dames	14
3,881	+ 1.1	79*	...	3,960*	- 0.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	558*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	2,329	- 4.4	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	1,755	- 8.6	Quincailleries	18
x	x	x	x	4,544	+ 19.8	Magasins de meubles	19
-	-	281	+ 16.6	281	+ 16.6	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	4,819	- 5.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	11,510	+ 0.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
1,696	- 4.6	561	- 5.8	2,258	- 4.9	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	460	+ 16.7	Fleuristes	24
x	x	x	x	2,176	--	Bijouteries	25
x	x	x	x	3,554	+ 16.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
2,044	+ 6.2	1,857	- 6.0	3,901	--	Magasins d'accessoires personnels	27
18,678	- 8.5	22,023	+ 10.1	40,701	+ 0.7	Tous les autres magasins	28
185,753	--	144,797	+ 1.9	330,550	+ 0.8	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 22. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Saskatchewan

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	74,308	+ 0.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,007	+ 1.8
3	All other food stores	338	- 9.6	3,226	+ 3.8	3,564	+ 2.4
4	Department stores	31,498	- 0.8	-	-	31,498	- 0.8
5	General merchandise stores	12,537	- 8.3	959	+ 7.4	13,496	- 7.3
6	General stores	9,146	- 18.3	14,198*	...	23,343*	...
7	Variety stores	3,357	- 7.2	243	+ 3.9	3,599	- 6.6
8	Motor vehicle dealers	-	-	116,619	+ 10.4	116,619	+ 10.4
9	Used car dealers	-	-	3,991	+ 34.4	3,991	+ 34.4
10	Service stations	9,785	+ 26.7	32,133	+ 9.1	41,918	+ 12.8
11	Garages	-	-	4,576	+ 13.5	4,576	+ 13.5
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	11,152	- 5.5
13	Men's clothing stores	2,821	+ 2.7	1,760	+ 17.6	4,581	+ 7.9
14	Women's clothing stores	5,871	- 7.9	2,422	+ 12.0	8,293	- 2.8
15	Family clothing stores	4,857	- 2.6	774	- 4.4	5,631	- 2.8
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	264	- 11.1
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,773	- 10.5
18	Hardware stores	x	x	x	x	4,599*	...
19	Household furniture stores	-	-	3,179	- 4.4	3,179	- 4.4
20	Household appliance stores	-	-	2,000	- 9.4	2,000	- 9.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	3,452	+ 10.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	19,688	+ 8.6
23	Book and stationery stores	1,102	- 12.4	924	- 6.0	2,025	- 9.6
24	Florists	x	x	x	x	1,130	- 4.9
25	Jewellery stores	1,386	+ 3.2	2,024	- 18.5	3,411	- 10.9
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	5,779	- 2.5
27	Personal accessories stores	1,664	+ 22.4	2,350	+ 5.2	4,014	+ 11.7
28	All other stores	20,380	- 7.6	35,671	- 11.8	56,051	- 10.3
29	All stores	176,403	- 0.8	297,538	+ 0.7	473,941	+ 0.1

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 22. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Alberta

October - 1989 - Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
177,650	- 1.6	37,298	- 3.9	214,948	- 2.0	Épicerie - Boucheries	1
20,255	+ 4.5	28,783	+ 3.7	49,039	+ 4.0	Épicerie, confiseries et articles divers	2
687	- 13.2	13,917	+ 3.3	14,604	+ 2.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
129,839	+ 8.5	-	-	129,839	+ 8.5	Grands magasins	4
18,581	+ 2.3	6,845	+ 4.5	25,425	+ 2.9	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	61,312	+ 5.8	Magasins généraux	6
4,134	- 0.3	453	- 10.6	4,588	- 1.4	Bazars	7
x	x	x	x	360,047	+ 14.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	6,287	+ 29.9	6,287	+ 29.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
33,831	+ 17.2	59,563	+ 19.5	93,393	+ 18.7	Stations-service	10
x	x	x	x	8,357	+ 18.8	Garages	11
x	x	x	x	37,133	- 2.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
12,044	+ 4.7	7,587	- 6.3	19,631	+ 0.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
21,690	- 2.2	5,844	- 9.3	27,534	- 3.8	Magasins de vêtements pour dames	14
17,729	- 5.1	4,632	+ 19.6	22,361	- 0.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
809*	...	2,392	+ 6.0	3,201*	- 3.0	Magasins de chaussures spécialisées	16
6,111	- 2.9	1,987	- 3.3	8,098	- 3.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	12,127	- 2.1	Quincailleries	18
x	x	x	x	15,075	+ 28.8	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	10,612	+ 18.1	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	20,352	+ 19.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
20,561	+ 26.4	55,249	+ 7.5	75,810	+ 12.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
4,264	- 10.0	2,652	+ 4.6	6,916	- 4.9	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	5,071	+ 0.7	Fleuristes	24
5,175	+ 5.1	5,133*	...	10,308*	...	Bijouteries	25
5,804	+ 17.9	17,763	+ 2.8	23,567	+ 6.2	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
10,820*	...	6,070	+ 1.3	16,890*	+ 21.5	Magasins d'accessoires personnels	27
80,986	- 0.9	98,107	+ 24.4	179,093	+ 11.5	Tous les autres magasins	28
645,495	+ 2.8	816,123	+ 12.3	1,461,618	+ 7.9	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 23. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

British Columbia - Colombie-Britannique

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	245,042	+ 14.4	96,940	+ 0.1	341,982	+ 9.9
2	Grocery confectionery and sundries stores	20,190	- 0.2	50,126	+ 5.7	70,315	+ 3.9
3	All other food stores	3,509	- 8.0	26,493	+ 16.8	30,002	+ 13.2
4	Department stores	169,203	+ 15.7	-	-	169,203	+ 15.7
5	General merchandise stores	18,014	+ 6.3	5,257	+ 12.5	23,271	+ 7.7
6	General stores	x	x	x	x	12,511	+ 4.0
7	Variety stores	5,553	- 8.5	625*	...	6,179*	- 12.1
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	328,806	+ 8.8
9	Used car dealers	-	-	15,664	+ 9.7	15,664	+ 9.7
10	Service stations	47,789	+ 10.4	89,738	+ 19.2	137,527	+ 16.0
11	Garages	-	-	17,345	+ 16.3	17,345	+ 16.3
12	Automotive parts and accessories stores	9,325	- 0.6	16,953	+ 9.4	26,277	+ 5.6
13	Men's clothing stores	9,082	+ 8.7	5,404	+ 13.2	14,486	+ 10.3
14	Women's clothing stores	20,613	+ 3.1	14,369	+ 18.5	34,982	+ 8.9
15	Family clothing stores	16,958	+ 3.2	6,638	+ 21.8	23,596	+ 7.9
16	Specialty shoe stores	1,357*	...	2,280	+ 8.9	3,638*	+ 21.3
17	Family shoe stores	5,873	+ 13.4	3,513	+ 10.6	9,386	+ 12.3
18	Hardware stores	x	x	x	x	12,025	+ 13.4
19	Household furniture stores	x	x	x	x	20,061	+ 26.1
20	Household appliance stores	233*	...	4,455	+ 6.1	4,688*	+ 1.3
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	15,374	+ 29.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	31,898	+ 5.8	47,808	+ 1.4	79,706	+ 3.1
23	Book and stationery stores	3,324	- 4.8	5,119	+ 13.3	8,444	+ 5.4
24	Florists	x	x	x	x	5,172	+ 14.5
25	Jewellery stores	5,071	+ 8.4	7,029	+ 0.5	12,100	+ 3.7
26	Sporting goods and accessories stores	6,990*	...	24,898*	...	31,888*	...
27	Personal accessories stores	9,458	+ 7.0	20,443	+ 10.9	29,901	+ 9.6
28	All other stores	101,162	+ 2.9	123,706	+ 16.2	224,868	+ 9.8
29	All stores	759,098	+ 10.6	950,300	+ 10.7	1,709,398	+ 10.7

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 23. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Metropolitan Vancouver - Zone métropolitaine de Vancouver

October - 1989 - Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	160,240	+ 15.1	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	39,836	- 1.8	Épiceries, confiseries et articles divers	2
2,860	- 11.3	16,107	+ 16.4	18,966	+ 11.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
97,606	+ 14.7	-	-	97,606	+ 14.7	Grands magasins	4
x	x	x	x	7,255	+ 10.3	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	147*	...	147*	...	Magasins généraux	6
x	x	x	x	638	+ 32.9	Bazars	7
x	x	x	x	183,725	+ 10.1	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	5,607	+ 3.1	5,607	+ 3.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
20,947	+ 6.3	31,247	+ 24.7	52,193	+ 16.6	Stations-service	10
-	-	8,549	+ 6.1	8,549	+ 6.1	Garages	11
x	x	x	x	12,304	+ 6.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
6,771	+ 8.8	2,345	+ 23.7	9,116	+ 12.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
12,838	+ 2.4	10,106	+ 20.2	22,944	+ 9.5	Magasins de vêtements pour dames	14
7,699	+ 0.2	2,887	+ 22.8	10,586	+ 5.5	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	1,965	+ 22.2	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	5,304	+ 13.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	4,447	+ 31.6	Quincailleries	18
5,426	+ 13.7	7,750	+ 24.5	13,175	+ 19.8	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	2,164	- 15.8	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	9,535	+ 14.1	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	40,574	- 6.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
2,134	+ 6.4	1,847	+ 21.0	3,980	+ 12.7	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	2,328	- 0.3	Fleuristes	24
3,020	+ 4.3	4,706	+ 2.8	7,726	+ 3.4	Bijouteries	25
x	x	x	x	17,818*	...	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
6,969	+ 4.8	12,253	+ 6.3	19,222	+ 5.7	Magasins d'accessoires personnels	27
55,582	- 10.5	59,144	+ 19.6	114,726	+ 2.8	Tous les autres magasins	28
428,392	+ 9.1	444,284	+ 10.6	872,677	+ 9.9	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 24. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Yukon and Northwest Territories - Yukon et Territoires du Nord-Ouest

October - 1989 - Octobre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	-	-	6,483	- 0.6	6,483	- 0.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	-	-	1,479	+ 6.6	1,479	+ 6.6
3	All other food stores	-	-	360*	...	360*	...
4	Department stores	-	-	-	-	-	-
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	x	x	x	x	12,772	+ 4.0
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	4,367	+ 14.2	4,367	+ 14.2
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	-	-	1,473	- 10.7	1,473	- 10.7
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	630	+ 31.0
13	Men's clothing stores	-	-	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	-	-	120*	...	120*	...
15	Family clothing stores	x	x	x	x	250	- 4.6
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	-	-	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	587	- 20.0	587	- 20.0
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	-	-	1,441	+ 2.6	1,441	+ 2.6
23	Book and stationery stores	-	-	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	-	-	744	- 2.8	744	- 2.8
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	934	+ 15.9
28	All other stores	x	x	x	x	4,076	+ 3.8
29	All stores	16,132	+ 4.3	24,341	+ 3.8	40,473	+ 4.0

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 24. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Canada

October - 1989 - Octobre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,469,178	- 0.8	864,875	+ 1.9	2,334,053	+ 0.1	Épicerie - Boucheries	1
183,456	+ 0.1	525,924	+ 0.5	709,381	+ 0.4	Épicerie, confiseries et articles divers	2
23,971	- 1.3	235,261	+ 4.3	259,232	+ 3.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,140,732	+ 2.5	-	-	1,140,732	+ 2.5	Grands magasins	4
236,392	--	69,853	+ 7.5	306,245	+ 1.5	Magasins de marchandises diverses	5
86,241	- 3.4	123,681	- 1.0	209,921	- 2.0	Magasins généraux	6
72,225	- 2.8	11,352	- 5.0	83,577	- 3.1	Bazars	7
37,006	+ 3.3	3,088,819	+ 4.5	3,125,825	+ 4.5	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	106,716	+ 2.0	106,716	+ 2.0	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
341,857	+ 12.5	813,538	+ 6.8	1,155,395	+ 8.4	Stations-service	10
x	x	x	x	172,789	+ 6.4	Garages	11
21,078	- 7.9	307,673	- 0.3	328,751	- 0.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
92,150	+ 0.2	61,451	- 6.0	153,601	- 2.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
195,459	- 4.4	94,061	- 0.7	289,519	- 3.3	Magasins de vêtements pour dames	14
153,426	+ 1.0	65,891	+ 6.0	219,316	+ 2.5	Magasins de vêtements pour la famille	15
15,632	- 4.0	15,029	+ 10.3	30,661	+ 2.4	Magasins de chaussures spécialisées	16
89,426	- 4.9	32,646	- 3.4	122,072	- 4.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
23,113	- 2.0	138,806	+ 6.5	161,919	+ 5.2	Quincailleries	18
43,694	+ 3.4	138,612	+ 5.3	182,306	+ 4.8	Magasins de meubles	19
6,586	+ 3.5	55,661	+ 3.0	62,248	+ 3.0	Magasins d'appareils ménagers	20
88,990	+ 1.1	65,518	+ 10.7	154,508	+ 5.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
209,803	+ 5.7	470,447	+ 7.7	680,250	+ 7.1	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
35,497	- 2.7	42,802	--	78,299	- 1.2	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	47,929	+ 4.2	Fleuristes	24
39,464	- 2.8	45,837	- 4.9	85,300	- 3.9	Bijouteries	25
45,123	+ 14.1	148,950	+ 8.3	194,073	+ 9.6	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
87,583	+ 5.1	131,716	+ 4.8	219,299	+ 4.9	Magasins d'accessoires personnels	27
777,189	- 0.4	906,237	+ 4.8	1,683,425	+ 2.2	Tous les autres magasins	28
5,517,940	+ 0.9	8,779,403	+ 4.0	14,297,343	+ 2.8	Ensemble des magasins	29

Supplementary Data

Retail Trade

Données supplémentaires

Commerce de détail

TABLE 25. Retail Trade, Seasonally Adjusted, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area¹**Canada**

		1989						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		millions of dollars - millions de dollars						
Kind of business:								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,405.7	2,382.4	2,405.8	2,417.3	2,442.4	2,455.7	2,469.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	689.3	692.3	691.2	676.2	701.0	699.8	703.5
3	All other food stores	258.9	257.9	255.5	257.8	257.5	263.8	266.1
4	Department stores	1,107.9	1,113.6	1,118.7	1,131.3	1,159.5	1,154.8	1,143.2
5	General merchandise stores	265.2	274.7	253.0	272.4	275.0	275.5	292.3
6	General stores	204.8	207.3	199.4	205.9	203.8	209.4	211.8
7	Variety stores	84.1	84.9	82.1	82.6	85.1	84.3	83.0
8	Motor vehicle dealers	3,048.9	3,058.7	3,011.0	3,130.6	3,075.1	3,031.0	2,960.4
9	Used car dealers	108.9	108.5	100.9	105.5	103.9	105.8	101.5
10	Service stations	1,062.8	1,079.9	1,097.4	1,111.0	1,131.3	1,129.5	1,135.5
11	Garages	156.2	158.6	158.3	158.9	162.0	163.7	161.8
12	Automotive parts and accessories stores	342.0	341.4	337.4	345.3	349.5	348.8	346.7
13	Men's clothing stores	144.9	145.2	142.5	147.1	148.5	154.8	145.4
14	Women's clothing stores	280.6	280.9	279.6	286.3	291.8	295.7	293.6
15	Family clothing stores	204.4	203.9	205.9	209.7	217.0	217.6	213.2
16	Specialty shoe stores	27.9	27.8	26.5	28.6	27.4	28.8	27.8
17	Family shoe stores	112.6	110.7	106.1	109.5	114.2	115.1	116.4
18	Hardware stores	164.0	165.0	158.1	166.0	167.7	169.7	166.1
19	Household furniture stores	186.1	186.4	179.6	186.4	178.6	177.2	176.4
20	Household appliance stores	59.7	56.8	57.0	60.8	60.4	60.7	59.6
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	144.7	148.7	148.0	154.6	156.4	162.1	149.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	655.3	657.7	673.5	661.5	668.1	675.7	677.2
23	Book and stationery stores	86.4	90.6	90.7	87.0	89.6	92.1	89.9
24	Florists	56.1	55.1	54.8	56.2	55.4	57.3	55.7
25	Jewellery stores	101.4	102.3	102.7	102.9	102.2	103.6	101.7
26	Sporting goods and accessories stores	245.0	230.9	222.3	231.5	244.8	236.9	241.5
27	Personal accessories stores	226.3	221.2	230.9	233.5	234.5	238.7	237.7
28	All other stores	1,727.7	1,701.0	1,709.8	1,755.3	1,751.9	1,767.8	1,781.5
29	TOTAL ALL STORES	14,158.0	14,144.4	14,099.2	14,371.5	14,454.6	14,476.0	14,408.7
Regions and Selected Metropolitan Areas:								
30	Newfoundland	264.2	265.5	266.9	272.9	273.3	279.3	273.3
31	Prince Edward Island	61.1	60.2	60.6	60.8	57.2	60.8	62.1
32	Nova Scotia	485.6	480.4	485.7	480.4	479.0	483.4	486.6
33	New Brunswick	358.1	351.9	359.9	360.0	359.6	360.6	361.1
34	Québec	3,481.5	3,488.7	3,475.7	3,525.9	3,551.5	3,577.0	3,568.5
35	Ontario	5,520.9	5,499.4	5,433.4	5,581.6	5,614.4	5,514.2	5,503.8
36	Manitoba	502.1	530.3	504.7	527.8	528.2	527.8	524.0
37	Saskatchewan	459.4	461.1	464.6	467.5	468.2	450.3	476.0
38	Alberta	1,370.0	1,354.6	1,377.5	1,461.1	1,423.3	1,424.4	1,431.3
39	British Columbia	1,633.4	1,638.0	1,623.9	1,679.4	1,688.1	1,709.5	1,719.7
40	Yukon and Northwest Territories	38.9	39.1	37.2	40.1	39.5	40.7	39.3
41	Montréal	1,534.1	1,553.6	1,545.2	1,562.3	1,582.3	1,566.4	1,569.1
42	Toronto	2,117.0	2,098.6	2,058.7	2,132.8	2,162.7	2,109.4	2,117.3
43	Winnipeg	327.3	337.7	324.4	334.1	336.5	332.2	332.5
44	Vancouver	839.3	835.3	837.3	861.5	864.2	879.5	877.6

¹ Each series of Table 25 excluding the "total all stores" has been adjusted separately by dividing the unadjusted series by the appropriate combined factor in Table 27. The total all stores has been derived by the summation of the seasonally adjusted kinds of business totals.

² Per cent change is calculated on data expressed in thousands of dollars.

TABLEAU 25. Commerce de détail, désaisonnalisé, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine¹
Canada

1989				1988		Per cent change ²		
						Variation procentuelle ²		
August ^r	September ^r	October ^r	November ^P	November	December	October/ September 1989	November/ October 1989	
Août ^r	Septembre ^r	Octobre ^r	Novembre ^P	Novembre	Décembre	Octobre/ Septembre 1989	Novembre/ Octobre 1989	N
millions of dollars – millions de dollars								
Genre de commerce:								
2,439.9	2,467.1	2,469.4	2,465.9	2,326.0	2,380.1	+0.1	-0.1	Épicerie - Boucheries 1
705.2	709.0	711.4	714.3	718.8	674.8	+0.3	+0.4	Épicerie, confiseries et articles divers 2
266.0	267.3	267.7	266.6	257.0	260.6	+0.2	-0.4	Tous les autres magasins d'aliments 3
1,158.9	1,142.9	1,165.6	1,158.4	1,115.0	1,129.8	+2.0	-0.6	Grands magasins 4
276.4	279.3	264.5	277.8	261.5	267.5	-5.3	+5.0	Magasins de marchandises diverses 5
209.8	205.5	208.6	211.3	207.9	201.2	+1.5	+1.3	Magasins généraux 6
85.9	83.8	85.5	84.7	89.8	85.3	+2.1	-0.9	Bazars 7
2,977.2	3,213.7	3,036.3	3,071.9	3,066.8	3,236.5	-5.5	+1.2	Concessionnaires d'automobiles 8
103.7	101.8	106.0	105.4	107.1	109.9	+4.1	-0.6	Vendeurs d'automobiles d'occasion 9
1,136.2	1,143.3	1,146.5	1,155.7	1,053.1	1,072.7	+0.3	+0.8	Stations-service 10
161.2	162.6	164.1	165.7	157.9	153.9	+0.9	+0.9	Garages 11
343.5	342.6	335.6	337.9	307.9	335.5	-2.0	+0.7	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles 12
146.1	148.3	146.3	146.3	143.3	147.8	-1.3	--	Magasins de vêtements pour hommes 13
290.3	291.0	281.6	288.5	280.5	287.7	-3.2	+2.4	Magasins de vêtements pour dames 14
211.5	217.8	215.7	218.4	202.6	209.1	-1.0	+1.2	Magasins de vêtements pour la famille 15
27.8	28.3	28.6	28.8	24.0	30.8	+1.2	+0.6	Magasins de chaussures spécialisées 16
114.0	112.5	111.8	113.7	96.6	113.6	-0.6	+1.7	Magasins de chaussures pour la famille 17
170.9	166.2	166.3	168.4	158.5	158.9	+0.1	+1.2	Quincailleries 18
179.9	184.7	178.8	184.3	179.0	177.0	-3.2	+3.1	Magasins de meubles 19
60.6	61.6	60.8	63.3	59.2	58.8	-1.2	+4.1	Magasins d'appareils ménagers 20
155.3	150.1	152.7	156.0	145.8	145.6	+1.8	+2.1	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires 21
681.8	676.8	683.9	688.3	646.2	652.9	+1.1	+0.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté 22
91.4	89.6	86.3	90.0	86.6	91.1	-3.6	+4.2	Librairies et papeteries 23
58.2	56.5	56.1	56.8	56.8	55.2	-0.7	+1.3	Fleuristes 24
101.3	101.6	100.8	99.5	101.8	103.8	-0.8	-1.2	Bijouteries 25
241.4	248.2	250.1	253.0	227.7	236.1	+0.8	+1.2	Magasins d'articles de sport et accessoires 26
238.2	237.1	234.2	239.3	233.0	227.7	-1.2	+2.2	Magasins d'accessoires personnels 27
1,759.1	1,781.0	1,736.8	1,759.2	1,654.9	1,682.9	-2.5	+1.3	Tous les autres magasins 28
14,391.9	14,670.1	14,452.4	14,569.3	13,965.2	14,286.9	-1.5	+0.8	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS 29
Régions et certaines zones métropolitaines:								
270.3	278.4	271.6	281.1	260.5	272.2	-2.4	+3.5	Terre-Neuve 30
61.4	63.8	61.1	61.4	60.9	60.9	-4.2	+0.6	Île-du-Prince-Édouard 31
488.1	505.1	476.4	490.7	473.9	482.2	-5.7	+3.0	Nouvelle-Écosse 32
366.4	364.8	364.9	362.1	349.3	352.2	--	-0.8	Nouveau-Brunswick 33
3,519.5	3,591.7	3,544.8	3,550.6	3,454.8	3,528.6	-1.3	+0.2	Québec 34
5,512.5	5,584.8	5,506.0	5,575.3	5,348.1	5,482.5	-1.4	+1.3	Ontario 35
514.3	524.1	518.6	520.2	508.2	504.9	-1.1	+0.3	Manitoba 36
464.1	487.0	466.5	475.3	460.3	459.7	-4.2	+1.9	Saskatchewan 37
1,433.4	1,454.7	1,467.8	1,458.9	1,365.0	1,375.0	+0.9	-0.6	Alberta 38
1,723.3	1,726.9	1,749.4	1,752.3	1,603.3	1,623.5	+1.3	+0.2	Colombie-Britannique 39
40.4	39.7	40.5	41.1	39.1	38.6	+2.0	+1.4	Yukon et Territoires du Nord-Ouest 40
1,556.1	1,591.5	1,570.2	1,565.2	1,543.3	1,570.3	-1.3	-0.3	Montréal 41
2,131.5	2,141.1	2,124.1	2,124.1	2,041.1	2,107.9	-0.8	--	Toronto 42
331.3	334.4	332.7	334.2	328.4	326.1	-0.5	+0.5	Winnipeg 43
876.1	873.2	887.8	896.4	817.8	829.8	+1.7	+1.0	Vancouver 44

¹ Chacune des séries du tableau 25 excluant "l'ensemble des magasins" a été ajustée individuellement en divisant la série brute par le facteur combiné approprié du tableau 27. Le total pour l'ensemble des magasins a été obtenu en additionnant les totaux désaisonnalisés de tous les genres de commerce.

² Les variations procentuelles sont calculées sur des données exprimées en milliers de dollars

TABLE 26. Retail Trade, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area**Canada**

		1989						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		millions of dollars - millions de dollars						
Kind of business:								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,214.9	2,160.0	2,453.5	2,363.3	2,431.5	2,613.4	2,446.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	613.2	585.0	656.6	654.6	721.9	753.8	781.1
3	All other food stores	225.3	221.2	253.4	240.2	263.0	280.8	279.2
4	Department stores	738.4	734.0	967.3	1,022.1	1,131.6	1,130.7	963.8
5	General merchandise stores	210.6	205.0	240.4	244.9	264.4	265.5	245.9
6	General stores	169.4	166.5	188.3	192.7	216.1	232.2	219.6
7	Variety stores	52.1	55.1	70.3	72.5	83.8	86.3	77.5
8	Motor vehicle dealers	2,322.8	2,596.4	3,279.3	3,799.0	3,830.8	3,467.8	2,936.5
9	Used car dealers	82.3	87.2	110.2	119.5	124.7	120.4	103.3
10	Service stations	981.6	954.9	1,069.0	1,056.4	1,177.2	1,205.0	1,230.4
11	Garages	140.4	136.2	152.8	156.9	175.4	178.2	165.4
12	Automotive parts and accessories stores	237.9	206.2	266.3	337.9	421.3	433.4	367.1
13	Men's clothing stores	107.2	84.5	111.0	137.0	151.8	163.8	115.1
14	Women's clothing stores	216.9	186.7	249.8	285.2	301.3	298.9	264.1
15	Family clothing stores	146.5	126.7	175.7	198.0	213.4	217.1	184.6
16	Specialty shoe stores	24.8	19.0	22.0	28.7	29.8	31.5	26.3
17	Family shoe stores	81.5	64.8	87.7	110.9	121.1	118.9	99.7
18	Hardware stores	112.9	104.8	124.0	155.1	209.1	217.3	189.8
19	Household furniture stores	160.0	151.4	163.1	175.6	175.6	185.5	179.4
20	Household appliance stores	52.0	43.8	52.5	55.8	60.5	64.0	57.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	125.8	113.2	134.0	141.7	152.4	170.7	164.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	628.6	598.2	666.1	625.3	656.6	673.8	644.7
23	Book and stationery stores	74.4	75.3	80.9	69.2	75.9	80.3	74.7
24	Florists	39.9	57.4	55.9	50.9	80.9	60.4	43.7
25	Jewellery stores	64.7	66.0	71.1	77.3	92.7	99.8	85.9
26	Sporting goods and accessories stores	185.0	153.8	183.7	240.0	319.2	314.0	274.9
27	Personal accessories stores	182.7	164.9	196.9	195.9	217.7	235.9	237.6
28	All other stores	1,333.9	1,283.9	1,571.0	1,584.8	1,787.4	1,896.1	1,846.6
29	TOTAL ALL STORES	11,525.8	11,402.1	13,652.7	14,391.6	15,487.0	15,595.1	14,305.3
Regions and Selected Metropolitan Areas:								
30	Newfoundland	204.9	207.8	260.0	272.5	300.3	299.6	276.2
31	Prince Edward Island	46.1	43.8	54.7	58.5	60.3	69.6	70.0
32	Nova Scotia	390.1	378.0	469.0	477.0	502.6	514.3	489.2
33	New Brunswick	283.4	278.8	345.4	348.1	384.5	385.1	365.2
34	Québec	2,763.9	2,782.2	3,418.1	3,606.7	3,973.0	3,903.8	3,560.9
35	Ontario	4,523.2	4,418.1	5,222.8	5,516.1	5,931.3	5,979.0	5,385.8
36	Manitoba	408.9	424.4	481.1	531.2	557.7	570.1	508.0
37	Saskatchewan	377.3	370.7	439.2	467.1	492.9	493.9	469.0
38	Alberta	1,126.1	1,116.9	1,342.0	1,428.3	1,496.0	1,524.2	1,400.3
39	British Columbia	1,371.3	1,350.5	1,584.9	1,649.5	1,748.1	1,810.2	1,737.0
40	Yukon and Northwest Territories	30.7	30.9	35.4	36.7	40.4	45.3	41.1
41	Montréal	1,227.9	1,241.7	1,522.7	1,596.1	1,738.4	1,707.6	1,509.0
42	Toronto	1,783.8	1,724.3	2,020.1	2,122.2	2,259.3	2,259.3	2,012.0
43	Winnipeg	266.8	270.6	312.0	335.9	353.6	349.6	316.0
44	Vancouver	727.8	705.9	821.5	847.6	886.7	922.5	863.0

TABLEAU 26. Commerce de détail, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine
Canada

1989				1988		Per cent change			
						Variation procentuelle			
August	September	October ^r	November ^p	November	December	October 1989/1988	November 1989/1988		
Août	Septembre	Octobre ^r	Novembre ^p	Novembre	Décembre	Octobre 1989/1988	Novembre 1989/1988		No
millions of dollars - millions de dollars						%	%		
Genre de commerce:									
2,417.8	2,544.5	2,334.1	2,433.0	2,246.2	2,812.6	+0.1	+8.3	Épiceries - Boucheries	1
768.1	731.4	709.4	691.4	684.0	712.5	+0.4	+1.0	Épiceries, confiseries et articles divers	2
273.6	263.0	259.2	262.1	246.5	329.7	+3.8	+6.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,094.9	1,135.6	1,140.7	1,516.3	1,444.5	2,184.8	+2.5	+5.0	Grands magasins	4
248.6	293.1	306.2	382.8	362.7	359.4	+1.5	+5.5	Magasins de marchandises diverses	5
221.5	210.2	209.9	213.8	207.3	240.4	-2.0	+3.1	Magasins généraux	6
85.2	84.4	83.6	101.1	106.0	163.8	-3.1	-4.6	Bazars	7
2,931.8	2,910.7	3,125.8	2,964.2	2,966.5	2,604.1	+4.5	--	Concessionnaires d'automobiles	8
109.6	104.1	106.7	102.9	100.8	86.6	+2.0	+2.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,226.2	1,149.8	1,155.4	1,132.9	1,034.6	1,073.7	+8.4	+9.5	Stations-service	10
167.0	161.8	172.8	177.4	168.3	144.5	+6.4	+5.4	Garages	11
333.4	335.2	328.8	392.4	364.2	445.3	-0.9	+7.7	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
112.5	149.0	153.6	189.0	185.3	295.1	-2.3	+1.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
280.3	324.2	289.5	311.1	305.9	447.9	-3.3	+1.7	Magasins de vêtements pour dames	14
217.1	236.2	219.3	246.3	228.1	376.2	+2.5	+7.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
27.4	31.8	30.7	31.8	26.7	36.9	+2.4	+18.8	Magasins de chaussures spécialisées	16
112.6	127.2	122.1	143.6	121.8	164.2	-4.5	+17.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
178.1	166.5	161.9	173.9	164.1	196.1	+5.2	+5.9	Quincailleries	18
191.6	198.6	182.3	199.5	193.3	205.3	+4.8	+3.2	Magasins de meubles	19
61.1	65.1	62.2	69.4	65.1	76.4	+3.0	+6.5	Magasins d'appareils ménagers	20
165.5	156.1	154.5	166.9	156.5	177.5	+5.0	+6.6	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
676.9	659.6	680.2	689.2	642.2	845.4	+7.1	+7.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
91.4	88.3	78.3	100.7	97.4	186.2	-1.2	+3.3	Librairies et papeteries	23
49.3	49.8	47.9	48.3	48.0	84.0	+4.2	+0.6	Fleuristes	24
88.6	86.1	85.3	111.1	113.7	302.9	-3.9	-2.3	Bijouteries	25
254.6	230.1	194.1	213.0	187.8	320.6	+9.6	+13.4	Magasins d'articles de sport et accessoires	26
253.8	231.2	219.3	260.5	248.7	409.6	+4.9	+4.7	Magasins d'accessoires personnels	27
1,834.8	1,798.3	1,683.4	1,838.6	1,737.1	2,491.3	+2.2	+5.8	Tous les autres magasins	28
14,473.5	14,521.6	14,297.3	15,163.2	14,453.5	17,773.0	+2.8	+4.9	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines:									
277.2	272.7	261.8	297.2	274.7	343.8	+3.1	+8.1	Terre-Neuve	30
69.0	62.3	59.2	63.6	61.9	75.2	+1.2	+2.8	Île-du-Prince-Édouard	31
495.7	499.8	468.4	519.6	496.7	623.2	-0.8	+4.6	Nouvelle-Écosse	32
374.8	367.0	361.2	384.5	369.8	445.7	+3.0	+3.9	Nouveau-Brunswick	33
3,582.5	3,580.2	3,518.4	3,617.4	3,509.5	4,160.5	+0.8	+3.0	Québec	34
5,454.8	5,518.1	5,422.8	5,872.2	5,624.8	7,075.3	+1.2	+4.3	Ontario	35
507.2	528.3	520.0	547.7	536.4	641.7	+2.3	+2.0	Manitoba	36
468.7	476.0	473.9	504.5	485.3	570.1	+0.1	+3.9	Saskatchewan	37
1,442.3	1,450.3	1,461.6	1,536.3	1,426.1	1,738.4	+7.9	+7.7	Alberta	38
1,758.6	1,724.9	1,709.4	1,778.8	1,629.4	2,051.0	+10.7	+9.1	Colombie-Britannique	39
42.7	41.8	40.5	41.4	38.8	48.1	+4.0	+6.6	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
1,547.7	1,584.6	1,556.6	1,630.6	1,595.3	1,942.6	-0.2	+2.2	Montréal	41
2,053.0	2,091.1	2,087.8	2,261.8	2,172.7	2,759.4	+0.8	+4.0	Toronto	42
326.6	340.8	330.5	355.7	346.5	427.2	+0.8	+2.6	Winnipeg	43
864.9	863.2	872.7	918.2	836.9	1,066.9	+9.9	+9.7	Vancouver	44

TABLE 27. Retail Trade, MCD and Combined, Seasonal and Trading Day Factors**TABLEAU 27. Commerce de détail, MDC et coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux**
Canada

		1989			
		MCD in November	October ^r	November ^p	December ¹
		MDC en Novembre	Octobre ^r	Novembre ^p	Décembre ¹
Combination stores (groceries and meat) – Épiceries – Boucheries	2	94.52	98.66	113.74	
Grocery, confectionery and sundries stores – Épiceries, confiseries et articles divers	2	99.72	96.79	104.10	
All other food stores – Tous les autres magasins d'aliments	3	96.82	98.32	123.92	
Department stores – Grands magasins	3	97.87	130.90	186.08	
General merchandise stores – Magasins de marchandises diverses	5	115.77	137.80	133.02	
General stores – Magasins généraux	3	100.63	101.20	117.14	
Variety stores – Bazaars	5	97.71	119.27	186.37	
Motor vehicle dealers – Concessionnaires d'automobiles	4	102.95	96.50	79.76	
Used car dealers – Vendeurs d'automobiles d'occasion	3	100.65	97.66	78.15	
Service stations – Stations-service	2	100.78	98.03	99.45	
Garages	3	105.28	107.08	91.31	
Automotive parts and accessories stores – Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	4	97.96	116.11	128.39	
Men's clothing stores – Magasins de vêtements pour hommes	4	104.98	129.18	195.78	
Women's clothing stores – Magasins de vêtements pour dames	3	102.82	107.86	152.32	
Family clothing stores – Magasins de vêtements pour la famille	3	101.65	112.78	175.53	
Specialty shoe stores – Magasins de chaussures spécialisées	4	107.10	110.35	115.34	
Family shoe stores – Magasins de chaussures pour la famille	4	109.15	126.26	139.95	
Hardware stores – Quincailleries	3	97.35	103.27	119.99	
Household furniture stores – Magasins de meubles	4	101.95	108.25	115.18	
Household appliance stores – Magasins d'appareils ménagers	4	102.32	109.60	127.37	
Furniture, TV, radio and appliance stores – Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	3	101.17	107.00	118.86	
Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores – Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	2	99.46	100.12	127.47	
Book and stationery stores – Librairies et papeteries	3	90.69	111.88	203.23	
Florists – Fleuristes	4	85.45	85.06	150.20	
Jewellery stores – Bijouteries	3	84.66	111.57	285.10	
Sporting goods and accessories stores – Magasins d'articles de sport et d'accessoires	3	77.60	84.20	133.02	
Personal accessories stores – Magasins d'accessoires personnels	2	93.66	108.87	176.49	
All other stores – Tous les autres magasins	..	96.92	104.51	..	
All stores – Total – Ensemble des magasins	..	98.93	104.08	..	
Regions and Selected Metropolitan Areas – Régions et certaines zones métropolitaines:					
Newfoundland – Terre-Neuve	3	96.40	105.74	123.51	
Prince Edward Island – Île-du-Prince-Édouard	3	96.89	103.57	120.18	
Nova Scotia – Nouvelle-Écosse	2	98.33	105.89	126.38	
New Brunswick – Nouveau-Brunswick	3	99.00	106.19	122.99	
Québec	3	99.26	101.88	114.20	
Ontario	3	98.49	105.32	126.18	
Manitoba	3	100.27	105.29	123.52	
Saskatchewan	3	101.60	106.14	120.49	
Alberta	2	99.58	105.31	123.01	
British Columbia – Colombie-Britannique	2	97.72	101.51	124.56	
Yukon and Northwest Territories – Yukon et Territoires du Nord-Ouest	3	99.87	100.66	122.96	
Montréal	3	99.14	104.17	118.94	
Toronto	2	98.29	106.48	127.60	
Winnipeg	3	99.35	106.43	127.21	
Vancouver	2	98.29	102.43	126.23	

¹ Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the Appendix VI.¹ Prévion des coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter l'Appendix VI.

TABLE 28. Retail Trade, Canada, Current and Constant Dollar Estimates, 1987-1989**TABLEAU 28. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants, 1987-1989**

	Unadjusted					Seasonally adjusted				
	Non désaisonnalisé					Désaisonné				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1981 dollars	Year/year per cent change	Price index	Current dollars	Month/month per cent change	Constant 1981 dollars ¹	Month/month per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1981	Variation en pourcentage pour l'année	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1981 ¹	Variation en pourcentage pour le mois
millions of dollars - millions de dollars										
1987:										
January - Janvier	128.0	10,271.7	+5.3	8,025.3	+1.8	127.8	11,900.2	-0.6	9,312.4	-0.9
February - Février	128.0	9,951.1	+7.6	7,773.8	+4.1	127.7	12,288.6	+3.3	9,625.9	+3.4
March - Mars	128.0	11,492.2	+8.3	8,977.9	+4.3	128.1	12,345.5	+0.5	9,634.0	+0.1
April - Avril	128.1	12,867.4	+10.6	10,043.6	+6.6	128.3	12,672.1	+2.6	9,876.5	+2.5
May - Mai	128.7	13,508.4	+6.4	10,495.7	+2.9	128.7	12,605.7	-0.5	9,791.2	-0.9
June - Juin	128.8	13,608.3	+15.1	10,563.6	+11.1	129.0	12,966.3	+2.9	10,052.4	+2.7
July - Juillet	130.2	13,278.5	+11.2	10,200.9	+6.9	129.9	12,833.6	-1.0	9,882.4	-1.7
August - Août	129.8	12,728.2	+7.3	9,805.1	+3.6	129.6	12,946.3	+0.9	9,985.7	+1.0
September - Septembre	129.4	12,616.2	+9.3	9,747.6	+5.6	130.0	13,026.7	+0.6	10,022.3	+0.4
October - Octobre	130.2	13,760.8	+12.7	10,570.7	+8.7	130.7	13,221.5	+1.5	10,116.5	+0.9
November - Novembre	130.7	13,380.1	+9.7	10,237.6	+6.1	130.9	13,262.1	+0.3	10,129.7	+0.1
December - Décembre	130.4	16,269.8	+12.4	12,477.6	+8.9	131.0	13,373.6	+0.8	10,211.1	+0.8
Year - Année	129.3	153,732.8	+9.8	118,919.3	+6.0
1988:										
January - Janvier	131.8	11,134.0	+8.4	8,443.4	+5.2	131.3	13,266.7	-0.8	10,088.6	-1.2
February - Février	131.9	10,959.4	+10.1	8,300.5	+6.8	131.7	13,161.2	-0.8	9,982.0	-1.1
March - Mars	131.9	13,177.8	+14.7	9,985.6	+11.2	131.9	13,595.2	+3.3	10,293.8	+3.1
April - Avril	132.2	13,666.3	+6.2	10,331.6	+2.9	132.2	13,404.2	-1.4	10,120.5	-1.7
May - Mai	132.5	14,267.5	+5.6	10,761.7	+2.5	132.5	13,597.3	+1.4	10,242.6	+1.2
June - Juin	132.9	14,432.9	+6.1	10,853.0	+2.7	132.9	13,555.0	-0.3	10,182.4	-0.6
July - Juillet	133.9	13,960.8	+5.1	10,417.3	+2.1	133.5	13,748.8	+1.4	10,283.1	+1.0
August - Août	133.9	13,691.3	+7.5	10,218.9	+4.2	133.9	13,750.0	..	10,254.5	-0.3
September - Septembre	133.9	13,773.1	+9.1	10,275.9	+5.4	134.4	13,920.3	+1.2	10,342.5	+0.9
October - Octobre	133.9	13,900.7	+1.0	10,377.2	-1.8	134.4	13,958.1	+0.3	10,374.6	+0.3
November - Novembre	134.9	14,453.5	+8.0	10,711.0	+4.6	135.0	13,965.2	+0.1	10,333.0	-0.4
December - Décembre	135.1	17,773.0	+9.2	13,150.2	+5.4	135.3	14,286.9	+2.3	10,545.9	+2.1
Year - Année	133.4	165,190.3	+7.5	123,826.4	+4.1
1989:										
January - Janvier	135.8	11,525.8	+3.5	8,469.3	+0.3	135.8	14,158.0	-0.9	10,426.0	-1.1
February - Février	136.8	11,402.1	+4.0	8,312.3	+0.1	136.7	14,144.4	-0.1	10,344.3	-0.8
March - Mars	137.4	13,652.7	+3.6	9,937.1	-0.5	137.3	14,099.2	-0.3	10,267.7	-0.7
April - Avril	137.9	14,391.6	+5.3	10,434.9	+1.0	138.0	14,371.5	+1.9	10,414.6	+1.4
May - Mai	139.1	15,487.0	+8.5	11,136.0	+3.5	139.2	14,454.6	+0.6	10,384.2	-0.3
June - Juin	140.0	15,595.1	+8.0	11,138.8	+2.6	139.8	14,476.0	+0.1	10,354.4	-0.3
July - Juillet	141.2	14,305.3	+2.4	10,133.3	-2.7	140.5	14,408.7	-0.5	10,253.1	-0.8
August - Août	141.0	14,473.5	+5.7	10,265.1	+0.5	140.6 ^r	14,391.9 ^r	-0.1 ^r	10,236.6 ^r	-0.2 ^r
September - Septembre	140.6	14,521.6	+5.4	10,324.9	+0.5	140.9 ^r	14,670.1 ^r	+1.9 ^r	10,413.5 ^r	+1.7 ^r
October ^r - Octobre ^r	140.5	14,297.3	+2.8	10,177.5	-1.9	140.8	14,452.4	-1.5	10,262.6	-1.4
November ^p - Novembre ^p	140.7	15,163.2	+4.9	10,777.7	+0.6	140.8	14,569.3	+0.8	10,349.9	+0.9
December - Décembre										
Year - Année										

¹ Seasonally adjusted constant dollar estimates are derived by deflating with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate. For more details, see the Appendix VI and VII.

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constant s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants. Pour plus de détails, consulter l'appendice VI et VII.

TABLE 29. Retail Trade, by Kind of Business and by Kind of Business Group, Canada

		1989						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		thousands of dollars – milliers de dollars						
Kind of business:								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,214,876	2,160,005	2,453,457	2,363,263	2,431,497	2,613,359	2,445,998
2	Grocery confectionery and sundries stores	613,226	584,971	656,558	654,645	721,869	753,795	781,106
3	All other food stores	225,345	221,189	253,418	240,220	263,036	280,759	279,242
4	Food group	3,053,447	2,966,165	3,363,433	3,258,128	3,416,402	3,647,913	3,506,346
5	Department stores	738,393	733,963	967,308	1,022,150	1,131,556	1,130,685	963,791
6	General merchandise stores	210,580	204,956	240,441	244,932	264,440	265,549	245,933
7	General stores	169,355	166,505	188,337	192,746	216,102	232,171	219,564
8	Variety stores	52,104	55,150	70,262	72,474	83,802	86,290	77,484
9	General merchandise group	1,170,432	1,160,574	1,466,348	1,532,302	1,695,900	1,714,695	1,506,772
10	Men's clothing stores	107,238	84,518	110,957	137,032	151,800	163,805	115,124
11	Women's clothing stores	216,873	186,729	249,843	285,155	301,316	298,912	264,126
12	Family clothing stores	146,468	126,697	175,664	197,992	213,426	217,090	184,605
13	Specialty shoe stores	24,789	19,012	21,960	28,664	29,839	31,460	26,277
14	Family shoe stores	81,531	64,782	87,723	110,913	121,088	118,873	99,750
15	All other apparel and accessories stores	110,864	91,975	108,415	111,779	110,902	123,124	108,227
16	Apparel and accessories group	687,763	573,713	754,562	871,535	928,371	953,264	798,109
17	Hardware stores	112,923	104,782	124,028	155,142	209,108	217,269	189,772
18	Household furniture stores	159,978	151,389	163,082	175,638	175,596	185,477	179,447
19	Household appliance stores	52,030	43,809	52,481	55,756	60,524	63,966	57,516
20	Furniture, T.V., radio and appliance stores	125,790	113,153	134,001	141,720	152,353	170,703	164,861
21	Appliance repair shops	31,507	29,591	32,139	33,049	37,058	38,990	38,184
22	All other home furnishings stores	381,886	352,473	415,209	403,566	418,621	438,518	423,916
23	Hardware and home furnishings	864,114	795,197	920,940	964,871	1,053,260	1,114,923	1,053,696
24	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	628,627	598,246	666,056	625,279	656,649	673,779	644,660
25	Book and stationery stores	74,418	75,255	80,924	69,192	75,891	80,284	74,683
26	Florists	39,896	57,436	55,895	50,933	80,894	60,373	43,652
27	Jewellery stores	64,731	65,957	71,059	77,264	92,691	99,761	85,890
28	Jewellery repair shops	5,230	3,069	3,366	3,377	3,734	3,879	3,160
29	Sporting goods and accessories stores	185,001	153,835	183,750	240,002	319,168	313,951	274,905
30	Personal accessories stores	182,692	164,877	196,911	195,923	217,658	235,853	237,636
31	Alcoholic beverage stores	365,553	374,937	497,968	454,324	504,909	575,173	601,155
32	All other stores	222,796	214,135	266,775	326,161	441,979	442,199	413,450
33	Other stores group	1,768,944	1,707,747	2,022,704	2,042,455	2,393,573	2,485,252	2,379,191
34	Total excluding automotive group	7,544,700	7,203,396	8,527,987	8,669,291	9,487,506	9,916,047	9,244,114
35	Motor vehicle dealers	2,322,815	2,596,431	3,279,264	3,799,035	3,830,775	3,467,759	2,936,485
36	Used car dealers	82,330	87,230	110,164	119,519	124,681	120,352	103,336
37	Service stations	981,574	954,874	1,069,010	1,056,383	1,177,194	1,205,046	1,230,430
38	Garages	140,383	136,226	152,839	156,934	175,416	178,181	165,424
39	Automotive parts and accessories stores	237,908	206,202	266,320	337,877	421,254	433,433	367,064
40	All other automotive businesses	216,082	217,725	247,094	252,535	270,200	274,264	258,495
41	Automotive group	3,981,092	4,198,688	5,124,691	5,722,283	5,999,520	5,679,035	5,016,234
42	TOTAL ALL STORES	11,525,792	11,402,084	13,652,678	14,391,574	15,487,026	15,595,082	14,305,348

TABLEAU 29. Commerce de détail par genre de commerce et par groupes de genres de commerce, Canada

						Per cent change		
1989				1988		Variation procen- tuelle		
August	September	October ^r	November ^P	November	December	November 1989/1988		
Août	Septembre	Octobre ^r	Novembre ^P	Novembre	Décembre	Novembre 1989/1988		N°
thousands of dollars - milliers de dollars								
Genre de commerce:								
2,417,765	2,544,483	2,334,053	2,432,979	2,246,242	2,812,605	+ 8.3	Épicerie - Boucheries	1
768,102	731,435	709,381	691,370	683,972	712,494	+ 1.0	Épicerie, confiseries et articles divers	2
273,637	263,028	259,232	262,082	246,514	329,664	+ 6.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
3,459,504	3,538,946	3,302,666	3,386,431	3,176,728	3,854,763	+ 6.6	Groupe de l'alimentation	4
1,094,878	1,135,644	1,140,732	1,516,268	1,444,476	2,184,766	+ 5.0	Grands magasins	5
248,610	293,069	306,245	382,807	362,674	359,433	+ 5.5	Magasins de marchandises diverses	6
221,515	210,152	209,921	213,840	207,331	240,424	+ 3.1	Magasins généraux	7
85,200	84,423	83,577	101,069	105,977	163,771	-4.6	Bazars	8
1,650,203	1,723,288	1,740,475	2,213,984	2,120,458	2,948,394	+ 4.4	Groupe de marchandises diverses	9
112,549	149,022	153,601	189,028	185,339	295,071	+ 1.9	Magasins de vêtements pour hommes	10
280,285	324,177	289,519	311,149	305,913	447,853	+ 1.7	Magasins de vêtements pour dames	11
217,066	236,243	219,316	246,311	228,127	376,193	+ 7.9	Magasins de vêtements pour la famille	12
27,365	31,796	30,661	31,777	26,731	36,914	+ 18.8	Magasins de chaussures spécialisées	13
112,624	127,226	122,072	143,578	121,758	164,188	+ 17.9	Magasins de chaussures pour la famille	14
122,810	135,317	139,262	158,605	150,329	186,884	+ 5.5	Autres magasins de vêtements et accessoires	15
872,699	1,003,781	954,431	1,080,448	1,018,197	1,507,103	+ 6.1	Habillement et accessoires	16
178,136	166,513	161,919	173,860	164,143	196,082	+ 5.9	Quincailleries	17
191,554	198,601	182,306	199,489	193,298	205,259	+ 3.2	Magasins de meubles	18
61,130	65,071	62,248	69,388	65,124	76,353	+ 6.5	Magasins d'appareils ménagers	19
165,534	156,059	154,508	166,906	156,458	177,532	+ 6.6	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	20
40,837	37,995	38,062	40,419	32,048	37,464	+ 26.1	Réparation d'appareils électro-ménagers	21
446,211	461,288	454,456	499,032	502,968	681,921	-0.8	Autres articles d'ameublement	22
1,083,402	1,085,527	1,053,499	1,149,094	1,114,039	1,374,611	+ 3.1	Groupe des quincailleries, meubles et fournitures de maison	23
676,910	659,566	680,250	689,186	642,195	845,443	+ 7.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	24
91,399	88,256	78,299	100,687	97,418	186,247	+ 3.3	Librairies et papeteries	25
49,308	49,803	47,929	48,333	48,034	84,004	+ 0.6	Fleuristes	26
88,643	86,106	85,300	111,054	113,709	302,939	-2.3	Bijouteries	27
3,539	3,585	3,630	4,114	3,218	5,104	+ 27.8	Ateliers de réparation de bijoux	28
254,624	230,076	194,073	213,013	187,798	320,612	+ 13.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	29
253,803	231,156	219,299	260,517	248,728	409,588	+ 4.7	Magasins d'accessoires personnels	30
566,043	541,366	460,521	506,966	497,536	972,547	+ 1.9	Magasins de boissons alcooliques	31
388,331	364,078	325,851	351,876	317,434	396,369	+ 10.8	Tous les autres magasins	32
2,372,600	2,253,992	2,095,152	2,285,746	2,156,070	3,522,853	+ 6.0	Groupe de tous les autres magasins	33
9,438,408	9,605,534	9,146,223	10,115,703	9,585,492	13,207,724	+ 5.5	Total excluant groupe de l'automobile	34
2,931,783	2,910,669	3,125,825	2,964,243	2,966,543	2,604,056	--	Concessionnaires d'automobiles	35
109,561	104,090	106,716	102,897	100,758	86,575	+ 2.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	36
1,226,206	1,149,761	1,155,395	1,132,909	1,034,617	1,073,717	+ 9.5	Stations-service	37
167,024	161,766	172,789	177,419	168,267	144,521	+ 5.4	Garages	38
333,448	335,157	328,751	392,395	364,219	445,350	+ 7.7	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	39
267,070	254,651	261,644	277,589	233,565	211,047	+ 18.8	Autres commerces dans le domaine de l'automobiles	40
5,035,092	4,916,094	5,151,120	5,047,452	4,867,969	4,565,266	+ 3.7	Groupe de l'automobile	41
14,473,500	14,521,628	14,297,343	15,163,155	14,453,461	17,772,990	+ 4.9	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	42

TABLE 30. Retail Trade, by Kind of Business Group,¹ 1987-1989**Yukon****TABLEAU 30. Commerce de détail, par groupes de genres de commerce¹, 1987-1989****Yukon**

	Food group	General merchandise and apparel group	Automobile dealers	Automotive group	Hardware, home furnishings and other retail stores group	Total all stores	Per cent ² change
	Groupe d'alimentation	Groupe de magasins de marchandises diverses et de magasins de vêtements	Concessionnaires d'automobiles	Groupe d'automobiles	Groupe de quincailleries, de magasins de meubles et de tous les autres magasins de détail	Total, ensemble des magasins	Variation ² procentuelle
thousands of dollars - milliers de dollars							
1987:							
January - Janvier	3,310	2,033	1,302	1,130	1,937	9,712	+ 8.3
February - Février	3,155	2,176	1,680	1,147	1,964	10,122	+ 22.3
March - Mars	3,255	2,422	1,510	1,337	2,261	10,785	+ 17.4
April - Avril	3,819	2,467	1,851	1,365	2,671	12,173	+ 21.4
May - Mai	4,038	2,864	2,323	1,874	2,837	13,936	+ 21.6
June - Juin	4,272	3,002	1,829	2,297	3,482	14,882	+ 12.4
July - Juillet	5,105	3,147	2,814	2,677	3,801	17,544	+ 14.6
August - Août	4,452	3,276	2,349	2,470	3,399	15,946	+ 11.4
September - Septembre	3,651	3,009	2,189	1,851	2,970	13,670	+ 8.0
October - Octobre	3,666	3,586	1,968	1,022	2,796	13,038	+ 2.3
November - Novembre	3,386	3,771	2,466	889	2,808	13,320	+ 16.8
December - Décembre	4,188	5,068	1,627	1,060	3,990	15,933	+ 10.2
Year - Année	46,297	36,821	23,908	19,119	34,916	161,061	+ 13.4
1988:							
January - Janvier	3,694	1,953	1,878	771	2,234	10,530	+ 8.4
February - Février	2,929	2,203	1,987	824	2,111	10,054	- 0.7
March - Mars	3,121	2,841	2,627	1,009	2,638	12,236	+ 13.5
April - Avril	3,399	2,734	3,277	873	2,392	12,675	+ 4.1
May - Mai	3,314	3,232	3,126	1,287	2,842	13,801	- 1.0
June - Juin	3,800	3,442	2,866	1,606	3,400	15,114	+ 1.6
July - Juillet	4,289	3,468	2,388	1,816	3,571	15,532	- 11.5
August - Août	3,982	3,684	3,136	1,538	3,544	15,884	- 0.4
September - Septembre	3,905	3,621	2,656	1,560	3,154	14,896	+ 9.0
October - Octobre	3,907	3,798	2,171	975	2,966	13,817	+ 6.0
November - Novembre	3,660	3,850	2,273	1,032	3,198	14,013	+ 5.2
December - Décembre	4,073	5,719	1,912	909	4,611	17,224	+ 8.1
Year - Année	44,073	40,545	30,297	14,200	36,661	165,776	+ 2.9
1989:							
January - Janvier	3,331	2,226	1,629	1,108	2,780	11,074	+ 5.2
February - Février	3,353	2,274	2,250	1,023	2,298	11,198	+ 11.4
March - Mars	3,550	2,820	2,664	898	2,736	12,668	+ 3.5
April - Avril	3,520	3,045	2,975	997	2,834	13,371	+ 5.5
May - Mai	4,057	3,543	3,157	1,428	3,318	15,503	+ 12.3
June - Juin	5,450	3,651	3,315	1,269	3,704	17,389	+ 15.1
July - Juillet	5,048	3,487	2,782	1,520	3,961	16,798	+ 8.1
August - Août	5,541	3,838	2,578	1,429	3,958	17,344	+ 9.2
September - Septembre	4,532	3,953	2,783	1,089	3,652	16,009	+ 7.5
October ^r - Octobre ^r	4,006	3,844	3,046	889	3,220	15,005	+ 8.6
November ^p - Novembre ^p	4,304	4,508	2,445	998	3,425	15,680	+ 11.9
December - Décembre							
Year - Année							

¹ For composition of kind of business groups, see page 89. - Pour la composition par groupe de genres de commerce, voir la page 89.² Percentage changes shown are over-the-year changes. - Les pourcentages indiquent les variations au cours de l'année.

TABLE 31. Retail Trade, by Kind of Business Group,¹ 1987-1989

Northwest Territories

TABLEAU 31. Commerce de détail, par groupes de genres de commerce¹, 1987-1989

Territoires du Nord-Ouest

	Food group	General merchandise and apparel group	Automobile dealers	Automotive group	Hardware, home furnishings and other retail stores group	Total all stores	Per cent ² change
	Groupe d'alimentation	Groupe de magasins de marchandises diverses et de magasins de vêtements	Concessionnaires d'automobiles	Groupe d'automobiles	Groupe de quincailleries, de magasins de meubles et de tous les autres magasins de détail	Total, ensemble des magasins	Variation ² procentuelle
thousands of dollars - milliers de dollars							
1987:							
January - Janvier	3,811	8,945	1,258	710	3,524	18,248	+ 3.4
February - Février	3,547	7,865	1,354	745	3,631	17,142	-1.4
March - Mars	3,765	10,635	1,514	816	3,900	20,630	-0.1
April - Avril	4,003	9,626	1,757	755	3,901	20,042	+ 1.4
May - Mai	4,696	10,820	1,666	685	4,723	22,590	+ 8.6
June - Juin	4,584	10,257	1,899	892	4,494	22,126	+ 1.2
July - Juillet	4,709	9,638	1,866	1,072	4,685	21,970	+ 9.1
August - Août	4,246	10,088	1,321	985	4,336	20,976	+ 3.2
September - Septembre	4,264	10,255	1,109	1,084	4,267	20,979	-3.9
October - Octobre	4,401	11,849	1,206	1,094	4,690	23,240	+ 5.4
November - Novembre	3,575	10,666	1,297	999	4,792	21,329	+ 4.2
December - Décembre	4,190	13,762	1,078	976	6,409	26,415	-5.1
Year - Année	49,791	124,406	17,325	10,813	53,352	255,687	+ 2.0
1988:							
January - Janvier	3,603	8,651	1,218	1,240	3,834	18,546	+ 1.6
February - Février	3,504	8,705	1,609	1,404	3,920	19,142	+ 11.7
March - Mars	3,929	11,083	1,968	1,422	4,873	23,275	+ 12.8
April - Avril	3,746	10,350	1,359	1,211	4,184	20,850	+ 4.0
May - Mai	3,932	11,845	1,879	1,405	4,534	23,595	+ 4.4
June - Juin	4,372	11,836	1,905	1,479	5,323	24,915	+ 12.6
July - Juillet	4,124	11,644	2,569	1,691	5,033	25,061	+ 14.1
August - Août	4,007	11,219	1,895	1,909	5,020	24,050	+ 14.7
September - Septembre	4,026	11,660	2,502	1,713	5,247	25,148	+ 19.9
October - Octobre	4,165	12,434	1,651	1,680	5,149	25,079	+ 7.9
November - Novembre	3,951	12,546	1,630	1,720	4,914	24,761	+ 16.1
December - Décembre	4,713	15,762	1,565	1,592	7,253	30,885	+ 16.9
Year - Année	48,072	137,735	21,750	18,466	59,284	285,307	+ 11.6
1989:							
January - Janvier	3,781	8,982	1,441	1,774	3,635	19,613	+ 5.8
February - Février	3,533	9,364	1,082	1,598	4,175	19,752	+ 3.2
March - Mars	3,842	11,172	1,389	1,724	4,631	22,758	-2.2
April - Avril	4,096	11,844	1,536	1,340	4,524	23,340	+ 11.9
May - Mai	4,502	12,795	1,249	1,549	4,796	24,891	+ 5.5
June - Juin	4,934	13,020	2,306	1,663	5,974	27,897	+ 12.0
July - Juillet	4,299	11,803	1,283	1,816	5,749	24,950	-0.4
August - Août	4,377	12,447	1,115	1,880	5,548	25,367	+ 5.5
September - Septembre	4,454	13,086	1,397	1,715	5,148	25,800	+ 2.6
October - Octobre	4,316	12,874	1,321	1,777	5,180	25,468	+ 1.6
November - Novembre	4,269	13,175	1,062	1,817	5,357	25,680	+ 3.7
December - Décembre							
Year - Année							

¹ For composition of kind of business groups, see page 89. - Pour la composition par groupe de genres de commerce, voir la page 89.

² Percentage changes shown are over-the-year changes. - Les pourcentages indiquent les variations au cours de l'année.

Appendix

Appendice

Appendix I

Scope of the Survey

Of the major monthly surveys conducted by Statistics Canada, the Retail Trade Survey is one of the most important, not only because of the large number of respondents who take part in the survey each month (over 17,000), but also because of its purpose and the nature of the information it yields. While the manufacturing industry for example, provides the community with a vast array of products, it is through the trade sector that all of its products are marketed, bought and sold by the various levels of the domestic economy and finally reach the Canadian consumer. The development of modern economic theories has focused mainly on the concept of (national) demand for goods and services in an effort to understand and explain the various economic relationships that make up the economic system. Moreover, in recent decades, management of national demand for the whole economy, largely based on these theories, has become a priority in the short and medium term economic policies of governments of the industrialized countries. **The current measure of retail trade is, therefore, one of the key components used by statisticians and economists to estimate consumption levels and final consumer demand,** as shown in the national accounts and the many economic indicators derived from them.

This monthly publication contains the latest results from the survey of retail sales of goods by merchants, traders, dealers and retailers operating within Canada's borders. For the purposes of this survey, industries included in retail trade are, according to the Standard Industrial Classification,¹ those whose establishments are "primarily engaged in (...) buying commodities for resale to the general public for personal or household consumption and in providing related services". The estimates are broken down according to the **Classification by Kind of Business** (a refinement of the 1970 Standard Industrial Classification), by regions and for four metropolitan areas. These data are obtained from a statistical survey that combines both sampling and census procedures. Survey respondents are divided into two broad categories, **independent and chain stores**, on the basis of their structure, and then each category is surveyed to obtain their monthly sales (see Appendix II for more details).

¹ See Division J of the **1980 Standard Industrial Classification Manual**, Catalogue 12-501E.

Appendice I

Champ de l'enquête

Des grandes enquêtes statistiques couramment administrées par Statistique Canada, l'enquête mensuelle sur le commerce de détail est l'une des plus importantes. Non seulement en raison du nombre de répondants qui à chaque mois collaborent à l'enquête (plus de 17,000 enquêtés) mais aussi par son objet et la nature de l'information qui en découle. Car si l'activité de production par exemple, permet à la collectivité de se procurer une vaste gamme de produits, c'est toutefois grâce au commerce que cette multitude de biens est transigée et échangée sur des marchés entre les différents agents économiques pour finalement parvenir jusqu'au consommateur canadien. Or le développement des théories économiques contemporaines a largement mis l'accent sur le concept de la demande (nationale) de biens et services afin de mieux comprendre et expliquer les diverses relations économiques qui articulent le système économique. Par surcroît, la gestion de la demande nationale de toute une économie, en grande partie inspirée de ces théories, est devenue au cours des dernières décennies, l'une des priorités des grandes politiques économiques de court et moyen termes des gouvernements de pays industrialisés. **La mesure courante du commerce de détail constitue par conséquent l'une des principales composantes qui permet aux statisticiens et aux économistes d'estimer le niveau de la consommation de biens et d'évaluer la demande finale des consommateurs** telle que présentée dans les comptes nationaux et les nombreux indicateurs économiques qui en sont dérivés.

Cette publication mensuelle présente donc les plus récents résultats de l'enquête sur les ventes au détail de biens par des marchands, des commerçants, des concessionnaires ou des détaillants opérant à l'intérieur des limites du territoire canadien. Aux fins de cette enquête, les industries considérées comme appartenant au commerce de détail sont, d'après la classification type des industries¹, celles dont les établis-sements ont comme "activité principale (...) l'achat de marchandises dans le but de les revendre au public pour usage personnel ou ménager et offrent des services qui s'y rattachent." Les estimations sont ventilées suivant la **Classification par genre de commerce** (une extension plus fine de la Classification des activités économiques de 1970) de même que par région ainsi que pour quatre zones métropolitaines. Ces données sont obtenues à partir d'une enquête statistique qui est l'amalgame d'un échantillonnage et d'un recensement. Suivant leur structure, les répondants à l'enquête sont divisés en deux grandes catégories, **les magasins indépendants et à succursales** et chaque catégorie est par la suite enquêtée afin d'estimer leurs ventes mensuelles respectives (voir l'appendice II pour plus de détails).

¹ Voir la division J du manuel de la **Classification type des industries**, 1980, n° 12-501F au catalogue.

The information provided by this survey is not only important to the various levels of government but is equally valuable to businesses that regularly carry on or are involved in retail trade in some form. Market analysts in particular will find this publication to be of great interest. Other retail trade statistics (new motor vehicle sales, department store sales and stocks, merchandising inventories and so on) are also disseminated to the general public and published regularly in other monthly bulletins.² For more information on this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

L'information fournie par cette enquête est tout aussi utile aux intervenants qui, de façon ponctuelle, opèrent ou sont impliqués d'une manière ou d'une autre dans le commerce au détail qu'aux différents paliers de gouvernements. Les analystes de marché tout spécialement, seront intéressés par le contenu de cette publication. D'autres statistiques reliées au commerce de détail (les ventes de véhicules automobiles neufs, les ventes et stocks des grands magasins, les stocks commerciaux, etc...) sont également disponibles et diffusées au grand public en plus d'être régulièrement publiées dans différents bulletins mensuels². Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquêtes statistiques de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, tél: (613) 951-9656.

² The publication entitled **Retail Trade, Historical Statistics 1972-1979** (Catalogue 63-538) not only contains historical time series, but is also a valuable source of detailed information. See the selected publications section at the back of this bulletin for other references.

² La publication intitulée **Commerce de détail, statistiques historiques, 1972-1979** (n° 63-538 au catalogue) constitue une source très intéressante de renseignements détaillés en plus des séries chronologiques qui y sont présentées. Pour d'autres références, consulter la section du choix des publications à la fin du présent bulletin.

Appendix II

Definitions

"Retail Trade", for the purpose of this report, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A **"retail location"**, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses, which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes: retail sales through ancillary units, e.g., warehouses, head offices, etc.; sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include: trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others, proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail) and the sales and receipts of concessionaires operating within the outlet. Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes collected for remittance to a government agency are excluded.

Classification

Kind of Business¹

Estimates of retail trade are stratified by region and by kind-of-business groupings which are based on the Standard Industrial Classifications and the retail kind-of-business categories employed in the 1966 Census of Merchandising and Services. Since the monthly retail trade survey is a "location" survey, as noted above, each individual (retail) location of a firm is

¹ For a detailed definition of each kind of business, see **Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979**, Catalogue 63-538.

Appendice II

Définitions

"Commerce de détail" signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un **"point de vente au détail"**, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires, par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc., ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de locations de matériel de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus, les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également; la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel et les ventes et recettes des concessions exploitées dans les points de ventes. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente perçues pour le compte d'un organisme public.

Classification

Genre de commerce¹

Les estimations relatives au commerce de détail sont stratifiées par région et par groupe de genre de commerce. Ces groupes sont fondés sur la Classification des activités économiques et les catégories de genre de commerce de détail qui ont été utilisées lors du recensement du commerce et des services de 1966. Étant donné que l'enquête mensuelle du commerce de détail est axée sur les points de vente

¹ Pour une définition complète de chaque genre de commerce, consulter la publication **Commerce de détail statistiques historiques 1972-1979**, n° 63-538 au catalogue.

assigned a kind-of-business code based on its major activity (or type of commodities sold).

In this report, retail trade is stratified into 27 major kind-of-business groupings plus a miscellaneous category. In order to increase the usefulness of these statistics, the composition of each kind-of-business group is described at the end of the report.

Kind of Organization

The retail trade estimates, in addition to being stratified by kind-of-business groupings, are also broken down into chain and independent components. Firms are classified to the chain store component based on the following definition:

Chain store organization "an organization operating four or more retail outlets in the same kind of business, under the same legal ownership".

Any firm not meeting the above definition is automatically classified as an "independent" organization, the only exception being "department stores" which are classified in their entirety to the chain component.

comme on l'a indiqué ci-dessus, chaque point de vente au détail d'une entreprise se voit attribuer un code "genre de commerce" d'après son activité principale (ou le genre de marchandises vendues).

Dans la présente publication, le commerce de détail est stratifié selon 27 grands groupes de genre de commerce, outre la catégorie "Marchands divers". Pour rendre ces statistiques plus utiles, nous décrivons la composition de chaque groupe de genre de commerce à la fin de la publication.

Type d'entreprise

En plus d'être stratifiées selon le genre de commerce, les estimations relatives au commerce de détail sont ventilées entre magasins à succursales et magasins indépendants. Les entreprises qui répondent à la définition suivante sont classées dans la catégorie des magasins à succursales:

Magasins à succursales "entreprise exploitant au moins quatre points de vente au détail dans un même genre de commerce, sous une même appartenance juridique".

Toute entreprise dont le schéma de structure ne concorde pas avec la définition ci-dessus est classée automatiquement dans la catégorie des magasins indépendants, la seule exception étant les "grands magasins" qui sont portés en totalité dans la catégorie des magasins à succursales.

Appendix III

Methodology

Retail trade estimates are derived from a survey of Canadian "retail locations". Businesses are first classified to the retail sector on the basis of "census value added",² which is defined in retail trade as the difference between sales and the purchase price of the goods sold in a particular period. Companies which fall into the retail sector are then further classified to specific categories of business (using the three-digit 1960 Standard Industrial Classification code) on the basis of "major activity" - the proportion of sales accounted for by each kind of business or by each type of commodity sold.

The next step in the classification procedure is to survey those businesses selected for the sample in order to obtain information on the number and activity of locations operated. Such information is required not only to determine if individual businesses, particularly multi-location businesses, qualify for treatment as "chains" (see definition Appendix II) but also to isolate retail locations from non-retail and make possible a more precise classification of each to one of more than 90 "kinds of business", which are subsequently grouped into 28 trade groups for purposes of publication.

Because this is a location-oriented survey, the scope of coverage is extended to include retail locations operated by non-retailing businesses. When it is determined that a manufacturer (for example) operates one or more retail locations, the same treatment is given as outlined above. Retail locations can be operated by businesses whose principal activity is manufacturing, wholesaling, government, construction, etc.

The design of the survey provides the facility to revise the monthly estimates to account for late responses. Each month the publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month.

The monthly retail trade estimates contained in this report are produced by means of a sample survey using methodology which differs substantially from that used for the estimates published to the end of 1974.

² For additional information, see the **1970 Standard Industrial Classification Manual**, Catalogue 12-501E, Pages 9-11.

Appendice III

Méthodologie

Les estimations du commerce de détail sont tirées d'une enquête sur les "points de vente" au détail au Canada. Les entreprises sont d'abord classées dans le secteur du commerce de détail d'après la "valeur ajoutée recensée"², qui représente dans ce secteur, la différence entre le prix de vente et le prix d'achat des biens vendus pendant une période déterminée. Les sociétés qui appartiennent au commerce de détail sont ensuite classées dans des catégories précises d'activités (code à trois chiffres de la Classification des activités économiques de 1960) d'après la "principale activité", c'est-à-dire d'après la proportion des ventes dont rend compte chaque genre de commerce ou chaque type de marchandises vendues.

L'étape suivante du travail de classification consiste à faire un relevé des entreprises échantillonnées dans le but d'obtenir des renseignements sur le nombre de points de vente et leur activité. De tels renseignements servent non seulement à déterminer si des entreprises particulières, notamment les entreprises à points de vente multiples, peuvent être considérées comme des "magasins à succursales" (voir définition Appendice II), mais aussi à distinguer les points de vente au détail des autres types de points de vente et d'ainsi assurer un classement plus précis de chacun d'eux parmi plus de 90 genres de commerce. Subséquemment, ces genres de commerce sont agrégés en 28 groupes pour fins de publication.

L'enquête étant axée sur les points de vente, le champ d'enquête a été étendu aux points de vente au détail exploités par des entreprises autres que des magasins de détail. Lorsqu'on a établi, par exemple, qu'un fabricant exploite un ou plusieurs locaux de vente au détail, on procède de la même façon qu'indiquée ci-dessus. Des locaux de vente au détail peuvent être exploités par des entreprises dont l'activité principale est la fabrication, le commerce de gros, l'administration publique, la construction, etc.

Le système supportant l'enquête permet la révision des estimations mensuelles afin de tenir compte des réponses tardives. La publication mensuelle fournira donc des données provisoires pour le mois en cours et des données révisées pour le mois précédent.

On établit les estimations mensuelles relatives au commerce de détail que renferme la présente publication au moyen d'une enquête par sondage dont la méthodologie diffère sensiblement de celle utilisée pour les estimations qui ont paru jusqu'à la fin de 1974.

² Pour de plus amples renseignements, voir le **manuel de la Classification des activités économiques, 1970**, n° 12-501F au catalogue, pages 9-11.

The new methodology was primarily developed because, after 1969, there was no adequate source of information available to update the independent portion of the old sample to account for firms coming into existence (births) and/or going out of business (deaths). The levels established by the new sample indicate there was a downward bias in the old sample which had grown to about 4% in 1974. Even so, the monthly trends are relatively consistent between the old and new samples.

Sample

A Revenue Canada (Taxation) list, supplemented by chain and department store lists and an area file list, comprises the universe for this survey. A sample of approximately 16,000 independent firms, stratified by region³ and by the Standard Industrial Classification code has been selected from this universe and surveyed in order to verify the kind of business of each firm. Estimates are then produced monthly, stratified by trade group and region.

The method used for the estimation of total retail sales is one in which **each** sampled unit's reported data is inflated to universe levels by multiplying the reported data of the sampled unit by the inverse of the probability of selection for the unit. For firms which do not respond on time⁴ in a particular month, an estimate is imputed using a statistical technique which employs a number of components such as: cell averages, last month's sales, other trends, etc. Consequently each firm in the sample must have an individual estimate of sales.

The results of the survey are not linked to census results. Instead, the estimates derived in the course of the survey will be compared with census data in order to determine the cause of any differences which may be found to exist between the two levels. Based on these findings, revisions will then be made to compensate for any errors or discrepancies discovered (such as in coding of firms to erroneous kinds of business codes, over-estimation in particular cells, etc.).

³ The metropolitan areas of Montréal, Toronto, Winnipeg and Vancouver are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

⁴ Late responses are included in revised estimates.

Cette nouvelle méthodologie fut principalement mise en application parce qu'il n'existait plus de source adéquate de renseignements disponibles, après 1969, pour mettre à jour la partie indépendante de l'ancien échantillon pour tenir compte des nouvelles entreprises (créations) et (ou) de celles qui fermaient leurs portes (disparitions). Le niveau des ventes déterminé par le nouvel échantillon démontre qu'il y avait un certain degré de sous-estimation, laquelle sous-estimation avait atteint 4% en 1974. Néanmoins les tendances mensuelles mesurées par l'ancien ainsi que par le nouvel échantillon sont passablement similaires.

Échantillon

La liste de Revenu Canada (Impôt) a été complétée par la liste des magasins à succursales ainsi que des grands magasins et par une liste de fichier aréolaire pour reconstituer l'univers de cette enquête. Un échantillon d'environ 16,000 entreprises indépendantes, stratifié par région³ et selon le schéma de codage de la Classification des activités économiques, a été prélevé sur cet univers et a fait l'objet d'une enquête en vue de déterminer le genre d'activité de chaque entreprise. Des estimations sont ensuite établies tous les mois et stratifiées selon le groupe de commerce et la région.

La méthode d'estimation des ventes totales au détail consiste à gonfler les données déclarées par **chaque** unité échantillonnée aux dimensions de l'univers en multipliant les données de l'unité par l'inverse de la probabilité de choix de l'unité. Dans le cas des entreprises non déclarantes à temps⁴ un mois donné, on procède à une imputation à l'aide d'une méthode statistique qui fait intervenir divers éléments comme les moyennes de cellule, les ventes du dernier mois, d'autres tendances, etc. Ainsi, il doit y avoir une estimation des ventes pour chaque entreprise échantillonnée.

Les résultats de l'enquête ne sont pas raccordés à ceux du recensement. Une étude comparative entre les estimations obtenues dans le cadre de cette enquête ainsi que celles obtenues lors d'un recensement sera effectuée afin de déterminer la cause de tout écart entre les deux niveaux, ce qui nous permettra de rectifier les statistiques et de compenser les erreurs ou les divergences relevées (comme un classement erroné selon le genre de commerce, une surestimation dans des cellules particulières, etc.).

³ Les zones métropolitaines de Montréal, de Toronto, de Winnipeg et de Vancouver correspondent aux zones métropolitaines du recensement de 1971.

⁴ Les déclarations tardives sont toujours considérées dans le calcul des estimations révisées.

Appendix IV

Components of the Survey Universe

The universe used for this survey is composed of two basic parts: a master file list (including chain and department store components) and an area file list. These components provide an adequate representation of the retail trade universe.

The Survey Master File

The survey master file is based on a series of profiles developed from the retail store portion of the Revenue Canada (Taxation) master file and is stratified by region and by Standard Industrial Classification code. This component is a list of all retail businesses having a payroll deduction account number (i.e., having employees for whom payroll deductions are made). It is updated monthly for new firms coming into business, for firms going out of business and, in the case of existing firms, for any changes in name, address or nature (kind) of business. These updates originate from both Revenue Canada (Taxation) and from Statistics Canada survey sources. As these updates are received, firms going out of business are dropped from the sample and a sample of births is selected from among new firms which have gone into business, thus providing a monthly birth/death adjustment.

Records on the survey master file are sampled using a given probability of selection determined by geographical location, Standard Industrial Classification code and cell size. To create the original sample file, the complete survey master file was sampled. Since that time, only the births have been sampled each month.

Chain and Department Store Component

The chain and department store list is a sub-set of the survey master file component. The businesses on this list are those which have been identified (from Statistics Canada sources) as chains or department stores and which have been sampled with certainty (i.e., each business is surveyed). This component, as well as being updated monthly using Revenue Canada information, is also updated annually. The annual updates are based primarily on returns obtained in the course of the Annual Chain and Department Store Survey, as well as on information derived from other sources such as trade magazines, etc.

Appendice IV

Éléments de l'univers de l'enquête

L'univers de l'enquête comprend deux éléments fondamentaux: une liste de fichier principal (y compris les éléments magasins à succursales et grands magasins) et une liste de fichier aréolaire. Ces éléments représentent de manière adéquate l'univers du commerce de détail.

Fichier principal de l'enquête

Le fichier principal de l'enquête du commerce de vente au détail est fondé sur une série de profils tirés de la fraction du fichier principal de Revenu Canada (Impôt) se rapportant aux commerces de vente au détail et est stratifié par région et selon le schéma de codage de la Classification des activités économiques. Cet élément du fichier est une liste de toutes les entreprises de vente au détail qui ont un numéro de compte de retenues sur la paye (entreprises ayant des salariés à l'égard desquels des déductions sont faites aux fins de l'impôt). Cette liste est mise à jour tous les mois; il s'agit de prendre en compte la création de nouvelles entreprises, la disparition d'entreprises et dans le cas d'entreprises existantes, tous les changements de nom, d'adresse ou de genre de commerce. Ces mises à jour s'appuient sur des enquêtes de Revenu Canada (Impôt) et de Statistique Canada. Dès que l'on dispose de ces mises à jour, les entreprises qui cessent toute activité sont éliminées de l'échantillon et un échantillon de créations est prélevé sur les nouvelles entreprises, ce qui permet un ajustement mensuel en fonction des créations et des disparitions.

Des enregistrements du fichier principal de l'enquête sont échantillonnés d'après une probabilité donnée de sélection déterminée par le lieu d'exploitation, le schéma de codage de la Classification des activités économiques et la taille des cellules. Lors de la constitution du fichier de l'échantillon initial, la sélection a porté sur tout le fichier principal de l'enquête. Depuis lors, seules les créations ont fait l'objet d'un échantillonnage tous les mois.

Élément magasins à succursales et grands magasins

La liste des magasins à succursales et des grands magasins constitue un sous-ensemble de l'élément fichier principal de l'enquête. Les établissements commerciaux figurant sur cette liste sont ceux qui ont été identifiés (d'après les documents de Statistique Canada) comme magasins à succursales et grands magasins et qui ont été échantillonnés avec certitude (chaque entreprise fait partie de l'échantillon). Cet élément, qui est mis à jour tous les mois d'après les données de Revenu Canada, fait également l'objet d'une mise à jour annuelle. Ces dernières mises à jour sont fondées principalement sur les déclarations obtenues dans le cadre de l'enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins, ainsi que sur des renseignements puisés à d'autres sources comme les revues portant sur le commerce, etc.

Area File Component

The purpose of the area file, essentially, is to supplement the sample frame. This additional input has two uses:

to provide an estimate for firms which do not appear on the survey master file (i.e., having no employees for whom tax deductions are made);

to compensate for the time lag involved in obtaining a birth adjustment through the survey master file.

The area file was derived by selecting a number of areas in Canada (as defined by the Labour Force Survey), covering all regions with the exception of the Yukon and Northwest Territories. To create the area file portion of the sample frame, the selected areas were completely enumerated by field representatives and an area file composed of all businesses in the selected areas was created. This file was then matched against the survey master file to determine which firms were present on both files. For those firms which appeared on both files, the universe was represented by the sample of firms derived from the survey master file. All unmatched firms (on the area file) automatically became part of the sample file. Every month since the original enumeration, one twelfth of the selected areas have been completely re-enumerated in order to locate any new firms which may have come into existence during the preceding year. These new firms are then matched against the entire survey master file. Similarly, all new businesses which have been added to the survey master file from the Revenue Canada (Taxation) updates are matched each month against the entire area file. Once it has been determined that firms are on both files, they are removed from the area file and given a chance of selection on the survey master file. The remaining unmatched firms on the area file are included in the sample.

Élément fichier géographique (aréolaire)

Le but premier du fichier géographique est de compléter la base de l'échantillon. Cet élément supplémentaire permet:

d'établir une estimation visant les entreprises qui ne figurent pas dans le fichier principal de l'enquête (entreprises ne comptant aucun salarié pour lequel on procède à des déductions aux fins de l'impôt);

de compenser le "retard" d'obtention des ajustements en fonction des créations au moyen du fichier principal de l'enquête.

On a constitué le fichier géographique en choisissant un certain nombre de secteurs géographiques au Canada (à l'aide de données de l'enquête sur la population active) de façon à couvrir tout le territoire canadien à l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest. Les secteurs choisis ont ensuite été entièrement dénombrés par des représentants régionaux et on a ainsi obtenu un fichier géographique comprenant tous les établissements commerciaux de ces secteurs. On a comparé ce fichier au fichier principal de l'enquête pour déterminer quelles entreprises figuraient dans les deux fichiers. Pour ce qui est de ces entreprises, l'univers a été représenté par l'échantillon d'entreprises prélevé sur le fichier principal de l'enquête. Toutes les entreprises sans pendant (dans le fichier aréolaire) ont été automatiquement incorporées au fichier de l'échantillon. Tous les mois depuis le premier dénombrement, un douzième des régions choisies a fait l'objet d'un autre dénombrement complet visant à déterminer quelles nouvelles entreprises ont vu le jour au cours de l'année précédente. Ces nouvelles entreprises sont ensuite réappariées avec le fichier principal de l'enquête. De la même façon toutes les nouvelles entreprises ajoutées au fichier principal de l'enquête au moyen de mises à jour tirées du fichier de Revenu Canada (Impôt) sont réappariées chaque mois avec le fichier géographique. Les entreprises pour lesquelles on a trouvé un pendant au cours des deux processus de comparaison précédemment décrits sont radiées du fichier géographique et demeurent sur le fichier principal de l'enquête où elles ont une probabilité d'être choisies. Le reste des entreprises du fichier géographique pour lesquelles on n'a pas trouvé un pendant sont inclus dans l'échantillon.

Appendix V

Data Reliability

The statistics in this publication are estimates derived from a sample survey and, as such, can be subject to errors. The following material is provided to assist the reader in the interpretation of the estimates published.

Sampling and Non-sampling Errors

Estimates derived from a sample survey are subject to a number of kinds of errors. These errors can be broken down into two major types: sampling and non-sampling.

Sampling Errors

Sampling errors are present because observations are made only on a sample and not on the entire population. The sampling error depends on factors such as the size of the sample, variability in the population, sampling design and method of estimation. For example, for a given sample size, the sampling error will depend on the stratification procedure employed, allocation of the sample, choice of the sampling units and method of selection. (Further, even for the same sampling design, we can make different calculations to arrive at the most efficient estimation procedure.)

In sample surveys, since inference is made about the entire population covered by the survey on the basis of data obtained from only a part of the population, the results are likely to be different than if a complete census was taken under the same general survey conditions. The most important feature of probability sampling is that the sampling error can be measured from the sample itself.

Non-sampling Errors

These errors are present whether a sample or a complete census of the population is taken. Non-sampling errors can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses.

Appendice V

Fiabilité des données

Ce bulletin présente des estimations fondées sur une enquête par échantillonnage qui risquent, par conséquent, d'être entachées d'erreurs. La section qui suit vise à faciliter, pour le lecteur, l'interprétation des estimations qui sont publiées.

Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs

Les estimations établies sur la base d'une enquête par échantillonnage sont sujettes à différents types d'erreurs. On les regroupe en deux grandes catégories: les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

Erreurs d'échantillonnage

Ce genre d'erreur existe parce que les observations portent uniquement sur un échantillon, et non sur l'ensemble de la population. L'erreur dépend de facteurs tels que la taille de l'échantillon, la variabilité de la population, le plan de sondage et la méthode d'estimation. Pour une taille donnée d'échantillon, par exemple, l'erreur d'échantillonnage sera fonction de la méthode de stratification adoptée, de l'attribution de l'échantillon, du choix des unités sondées et de la méthode de sélection. (On peut même, dans le cadre d'un seul plan de sondage, effectuer plusieurs calculs pour arriver à la méthode d'estimation la plus efficace.)

Comme, dans une enquête par échantillonnage, on tire des conclusions sur l'ensemble d'une population à partir des données concernant une partie seulement, les résultats seront probablement différents de ceux qu'on aurait obtenus en recensant toute la population dans les mêmes conditions. La principale caractéristique des sondages probabilistes, c'est que l'erreur d'échantillonnage peut être directement mesurée à partir de l'échantillon.

Erreurs non liées à l'échantillonnage

Ces erreurs se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur peut résulter d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre, dans l'explication des questions ou dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some may be unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally decreases with increases in the response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control at the level at which their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication, all attempts have been made to minimize the non-sampling errors; units have been defined in a most precise manner and the most up-to-date listings have been used; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations (interviewers have been instructed to ask the questions as printed on the questionnaires); detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Measures of Sampling and Non-sampling Errors

Sampling Error Measures

The sample used in this survey is one of a large number of all possible samples of the same size that could have been selected using the same sample design under the same general conditions. If it was possible that each one of these samples could be surveyed under essentially the same conditions, with an estimate calculated from each sample, it would be expected that the sample estimates would differ from each other. The average estimate derived from all these possible sample estimates is termed the **expected value**. The expected value can also be expressed as the value which would be obtained if a census enumeration was taken under identical conditions of collection and processing. An estimate calculated from a sample survey is said to be **precise** if it is near the expected value.

Sample estimates may differ from this expected value of the estimates. However, since the estimate is based on a probability sample, the variability of the sample estimate with respect to its expected value can be measured. The **variance** of estimate is a measure of the precision of the sample estimate and is defined as the average, over all possible samples, of the squared difference of the estimate from its expected value.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables ou encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas avec précision l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure que diminue le taux de réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation, etc.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. De plus, il faut les cerner à un niveau où elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. Quant aux estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser les erreurs non liées à l'échantillonnage. Ainsi, les unités ont été définies avec beaucoup de précision, au moyen des listes les plus à jour; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum les différentes interprétations possibles (on a demandé aux interviewers de poser les questions telles qu'elles figurent aux questionnaires); les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage

Erreur d'échantillonnage

L'échantillon utilisé aux fins de la présente enquête est un des nombreux échantillons de même taille qui auraient pu être choisis selon le même plan et les mêmes conditions. Si chaque échantillon pouvait faire l'objet d'une enquête menée essentiellement dans les mêmes conditions, il faudrait s'attendre à ce que l'estimation calculée varie d'un échantillon à l'autre. On nomme **valeur probable** l'estimation moyenne obtenue de tous les échantillons possibles. Autrement dit, la valeur probable est celle qu'on obtiendrait en recensant toute la population dans des conditions identiques de collecte et de traitement. Une estimation calculée à partir d'une enquête par échantillonnage est dite **précise** lorsqu'elle s'approche de la valeur probable.

Or, les estimations fondées sur un échantillon peuvent ne pas correspondre à la valeur probable. Cependant, comme les estimations proviennent d'un échantillon probabiliste, il est possible d'en mesurer la variabilité par rapport à leur valeur probable. Ainsi, la **variance** d'une estimation, qui en mesure la précision, se définit comme la moyenne, parmi tous les échantillons possibles, des carrés de la différence entre l'estimation et la valeur probable.

Once the sample estimate and the variance of the sample estimate are derived, other measures of precision can be calculated. For example, the **standard error**, defined as the square root of the variance, is a measure of the sampling error in the same units as the estimate (e.g., dollars). The standard error is a measure of precision in absolute terms. The **coefficient of variation**, defined as the standard error divided by the sample estimate, is a measure of precision in relative terms. For comparison purposes one may more readily compare the sampling error of one estimate to the sampling error of another estimate through the use of the coefficient of variation.

The measure of sampling error shown in this publication under Text Table I, "Measures of Reliability", is the coefficient of variation.

The formula used to calculate the published coefficient of variation in Text Table I is:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

Where X = the estimate

S(X) = the standard deviation of X

The percentage error (PE) of X will be:

$$PE(X) = CV(X) \times 100\%.$$

For example, an estimate X = \$8,000,000 with a standard deviation S(X) = \$400,000 has a coefficient of variation of .05 and assuming a normal distribution we can say; "the probability is approximately 68% that the actual percentage error in the \$8,000,000 estimate is less than 5%".

Une fois qu'on a calculé l'estimation et sa variance, il devient possible de mesurer la précision autrement. Par exemple, l'**erreur-type**, soit la racine carrée de la variance, mesure l'erreur d'échantillonnage dans la même unité que l'estimation (en dollars, notamment). Autrement dit, l'erreur-type mesure la précision en termes absolus. Par contre, le **coefficient de variation**, c'est-à-dire l'erreur-type divisée par l'estimation, mesure la précision en termes relatifs. Ainsi, l'emploi du coefficient de variation facilite la comparaison de l'erreur d'échantillonnage de deux estimations.

C'est le coefficient de variation qui sert à évaluer l'erreur d'échantillonnage au tableau explicatif I "Mesure de la fiabilité".

Voici la formule utilisée pour calculer les coefficients de variation du tableau explicatif I:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

dans laquelle X est l'estimation

S(X) est l'écart-type de X

L'erreur de X en pourcentage (PE) correspondra à:

$$PE(X) = CV(X) \times 100 \%.$$

Par exemple, le coefficient de variation d'une estimation X = \$8,000,000 où l'écart-type S(X) atteint \$400,000 correspond à .05; si l'on suppose une distribution normale, on peut affirmer qu'il existe une probabilité d'environ 68% que l'estimation de \$8,000,000 comporte un pourcentage réel d'erreur inférieur à 5%.

TEXT TABLE 1. Measures of Reliability, by Kind of Business and by Region, November 1989 Preliminary, October 1989 Revised

		Response rate			
		Taux de réponse			
		Chain stores		Independent stores	
		Magasins à succursales		Magasins indépendants	
		Preliminary estimate	Revised estimate	Preliminary estimate	Revised estimate
		Estimation préliminaire	Estimation révisée	Estimation préliminaire	Estimation révisée
No.		per cent - pourcentage			
	Kind of business:				
1	Combination stores (groceries and meat)	71.9	87.7	64.8	73.2
2	Grocery, confectionery and sundries stores	73.4	76.6	49.7	61.9
3	All other food stores	84.4	93.5	45.0	60.2
4	Department stores	98.9	100.0	-	-
5	General merchandise stores	76.9	95.4	57.3	68.7
6	General stores	89.5	89.5	60.4	73.6
7	Variety stores	37.3	89.8	61.2	68.1
8	Motor vehicle dealers	83.3	83.3	68.5	79.7
9	Used car dealers	-	-	51.8	60.5
10	Service stations	52.9	65.7	56.1	66.3
11	Garages	100.0	100.0	56.5	67.5
12	Automotive parts and accessories stores	15.8	26.3	70.0	76.1
13	Men's clothing stores	86.0	87.6	63.9	69.9
14	Women's clothing stores	70.3	80.0	52.4	64.1
15	Family clothing stores	75.8	86.0	61.6	67.8
16	Specialty shoe stores	83.5	91.1	66.2	69.1
17	Family shoe stores	83.0	92.4	68.4	77.0
18	Hardware stores	87.5	87.5	67.6	76.1
19	Household furniture stores	61.1	68.5	62.9	69.1
20	Household appliance stores	64.7	64.7	60.7	68.6
21	Furniture, TV, radio and appliance stores	90.7	90.7	74.7	78.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	66.4	78.1	65.4	76.6
23	Book and stationery stores	84.0	81.9	62.2	71.5
24	Florists	75.0	93.7	55.5	64.6
25	Jewellery stores	71.7	87.6	58.0	66.7
26	Sporting goods and accessories stores	76.5	77.9	60.1	68.7
27	Personal accessories stores	74.6	83.2	58.0	66.7
28	All other stores	72.9	77.8	56.2	65.5
29	TOTAL, ALL STORES	73.7	82.4	59.4	69.1
	Regions and selected metropolitan areas				
30	Newfoundland	74.2	85.8	57.9	70.1
31	Prince Edward Island	75.6	95.6	53.9	66.4
32	Nova Scotia	81.6	90.5	58.2	69.7
33	New Brunswick	77.1	88.2	59.3	67.9
34	Québec	74.6	82.5	66.8	76.0
35	Ontario	70.4	77.7	57.1	68.9
36	Manitoba	74.8	83.9	56.0	64.9
37	Saskatchewan	75.3	86.7	57.1	66.1
38	Alberta	73.7	82.0	52.5	64.3
39	British Columbia	73.5	82.2	60.1	65.6
40	Yukon and Northwest Territories	85.7	100.0	52.7	56.6
41	Montréal	74.5	81.7	62.2	73.2
42	Toronto	68.1	75.4	53.7	67.0
43	Winnipeg	70.6	79.1	55.8	63.6
44	Vancouver	74.4	82.5	60.2	65.1

**TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, selon le genre de commerce et la région, novembre 1989
préliminaire, octobre 1989 révisé**

Response fraction Fraction de réponse				Coefficient of variation, preliminary estimate	Genre de commerce:	No
Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		Coefficient de variation, estimation préliminaire		
Preliminary estimate Estimation préliminaire	Revised estimate Estimation révisée	Preliminary estimate Estimation préliminaire	Revised estimate Estimation révisée			
per cent - pourcentage						
90.5	94.9	72.9	77.7	.015	Épiceries - Boucheries	1
74.2	76.6	51.5	64.1	.057	Épiceries, confiseries et articles divers	2
92.8	95.8	51.5	69.4	.131	Tous les autres magasins d'aliments	3
100.0	100.0	-	-	-	Grands magasins	4
98.5	99.0	75.9	81.7	.030	Magasins de marchandises diverses	5
96.7	49.4	61.8	75.6	.048	Magasins généraux	6
35.0	98.8	74.7	77.0	.005	Bazars	7
87.5	89.7	75.4	85.1	.020	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	49.9	62.3	.029	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
68.0	71.7	62.0	71.3	.056	Stations-service	10
100.0	100.0	68.3	81.2	.051	Garages	11
44.2	43.9	81.3	84.1	.079	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
95.5	95.2	73.1	79.1	.001	Magasins de vêtements pour hommes	13
78.1	86.2	61.2	73.2	-	Magasins de vêtements pour dames	14
79.3	93.1	72.2	74.9	.017	Magasins de vêtements pour la famille	15
83.1	90.7	66.7	71.0	.054	Magasins de chaussures spécialisées	16
92.5	94.1	67.8	80.2	.047	Magasins de chaussures pour la famille	17
95.4	95.0	71.2	74.9	.033	Quincailleries	18
84.3	89.7	77.2	81.0	.076	Magasins de meubles	19
68.7	67.7	75.1	82.4	.043	Magasins d'appareils ménagers	20
96.8	76.0	87.1	85.9	.012	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
39.3	60.9	71.2	81.4	-	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
72.5	73.8	71.7	81.2	.031	Librairies et papeteries	23
71.2	97.1	62.5	69.2	.141	Fleuristes	24
65.9	97.1	63.8	69.8	.052	Bijouteries	25
69.9	79.4	64.2	70.6	.042	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
77.4	88.8	72.2	78.0	.012	Magasins d'accessoires personnels	27
90.0	93.2	61.3	69.0	...	Tous les autres magasins	28
87.5	90.6	69.2	77.9	.024	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines						
87.2	85.5	65.9	77.8	.027	Terre-Neuve	30
95.6	97.7	67.8	76.6	.021	Île-du-Prince-Édouard	31
94.3	97.6	69.0	82.5	.041	Nouvelle-Écosse	32
93.3	98.3	69.5	77.0	.034	Nouveau-Brunswick	33
88.0	90.8	72.7	81.9	.020	Québec	34
86.7	90.1	68.2	78.0	.013	Ontario	35
92.8	95.8	66.9	73.8	.018	Manitoba	36
93.1	95.2	65.8	76.2	.027	Saskatchewan	37
89.1	84.8	64.5	71.3	.012	Alberta	38
81.4	91.4	69.4	73.9	.024	Colombie-Britannique	39
94.9	100.0	65.2	62.1	.039	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
88.3	91.5	68.4	78.7	.033	Montréal	41
85.9	86.9	63.3	75.0	.023	Toronto	42
93.1	95.0	67.8	72.5	.017	Winnipeg	43
88.6	90.4	68.0	74.0	.023	Vancouver	44

Non-sampling Error Measures

The exact population value is aimed at or desired by both a sample survey as well as a census. We say the estimate is **accurate** if it is near this value. Although this value is desired, we cannot assume that the exact value of every unit in the population or sample can be obtained and processed without error. Any difference between the expected value and the exact population value is termed the **bias**. Systematic biases in the data cannot be measured by the probability measures of sampling error as previously described. The accuracy of a survey estimate is determined by the joint effect of sampling and non-sampling errors.

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors two response measures are given in Text Table I. The **response rate** is a measure of the proportion of those sample units which have responded in time for inclusion in the estimates. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the sales estimate which is based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered since the response fraction is more representative of the situation.

Erreur non liée à l'échantillonnage

L'enquête par échantillonnage et le recensement cherchent tous deux à déterminer la valeur exacte de l'ensemble. L'estimation est dite **précise** si elle se rapproche de cette valeur. Bien qu'il s'agisse d'une valeur souhaitable, il n'est pas réaliste de supposer que la valeur exacte de chaque unité de l'ensemble ou de l'échantillon peut être obtenue et traitée sans erreur. La différence entre la valeur probable et la valeur exacte de l'ensemble s'appelle le **biais**. On ne peut calculer les biais systématiques des données en recourant aux mesures de probabilité de l'erreur d'échantillonnage décrites plus haut. La précision d'une estimation est déterminée par l'effet conjugué des erreurs d'échantillonnage et des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Une source d'erreur non liées à l'échantillonnage, est l'erreur dû à la non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse afin d'aider l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** est la proportion des unités de l'échantillon qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans l'estimation. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion de l'estimation de l'échantillon qui est fondée sur des données déclarées. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant un échantillon de 20 unités dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités déclarantes représentent \$8 millions sur l'estimation globale de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Dans un tel cas, le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation; il faudrait donc tenir compte des deux unités de mesure, puisque la fraction de réponse est la plus représentative de la situation.

Appendix VI

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."⁵ In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular fluctuations. These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a significant impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method⁶ to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of estimated raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily a ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times (see Table 27). These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, executed every month. This permits the updating each month of the reference series from which are derived the final estimations of the seasonal factors with the current month's unadjusted data as well as the previous month's revised unadjusted data.

Appendice VI

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"⁵. L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI⁶ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter les estimations d'une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et rétrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressif à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle, et estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (voir tableau 27). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales sont exécutées à chaque mois. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles qui se réfèrent au mois courant et aux données révisées du mois précédent.

⁵ "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canada Statistical Review*, August 1974.

⁶ For further information see the *X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method*, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

⁵ La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, août 1974.

⁶ Pour de plus amples informations voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, n° 12-564F au catalogue, hors série.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, users should examine several months of the seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided (see Table 27). The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percentage change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly, small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 28 individually seasonally adjusted kinds of business. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".⁷ Also in March 1984, the **end-point seasonal adjustment** method was adopted. For the period March 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to March 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

Constant Dollar Seasonally Adjusted Estimates⁸

Commencing with the March 1986 issue, seasonally adjusted constant dollar estimates, as shown in Table 28, are obtained by deflating the current dollar seasonally adjusted data by an implicit price index supplied by the Income and Expenditure Accounts Division. Up to February 1986 issue, the total constant dollar seasonally adjusted estimates were derived by employing the direct seasonal adjustment method.

⁷ Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): *The problem of Aggregation; Direct or Indirect*, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

⁸ See appendix VII on constant dollars estimates.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC (voir tableau 27). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC, tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonnalisé au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 28 genres de commerce désaisonnalisés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada⁷. De plus, la **désaisonnalisation interpolative** a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mars 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mars 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

Estimations désaisonnalisées en dollars constants⁸

Depuis mars 1986, les estimations désaisonnalisées en dollars constants, données au tableau 28, sont obtenues en dégonflant les données désaisonnalisées en dollars courants au moyen d'un indice implicite de prix fourni par la Division des comptes des revenus et des dépenses. Jusqu'à l'édition de février 1986, les estimations totales désaisonnalisées en dollars constants étaient obtenues par l'emploi de la méthode de désaisonnalisation directe.

⁷ Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): *Aggrégation directe ou indirecte*, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistiques Canada.

⁸ Consulter l'appendice VII, sur les estimations en dollars constants.

Revision Procedures

Due to the fact that statistical surveys are subject to different types of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Retail Trade survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In each case, revisions are both monthly and annual. In the first type of revision, monthly corrections apply only to the previous month, while in the second type, monthly corrections apply to the three previous months. In both cases, annual revisions relate to the previous year data. The monthly revisions for the current month (June for example) and the two previous months (April and May) are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

Number of Shopping Days

The number of shopping days that this report is based on, varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current report is based on.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days by Month
TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux par mois

	1989		1988	
	Number of shopping days	Number of Saturdays	Number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	25	5
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	4	27	4
April - Avril	25	5	25	5
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	4	25	5
August - Août	27	4	27	4
September - Septembre	25	5	25	4
October - Octobre	25	4	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	25	5	26	5

Procédures de révision

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur le commerce de détail: **les premières sont liées à la façon dont les données sont obtenues tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Dans chacun des cas, ces révisions peuvent être mensuelles ou annuelles. Les révisions mensuelles du premier type ne se rapportent qu'aux seules données du mois précédent tandis que celles du second type se rapportent aux trois mois précédents. Dans les deux cas, les révisions annuelles ne se rattachent qu'aux seules données de l'année précédente. Dans le cas des révisions mensuelles qui se réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) et aux deux mois précédents (soit avril et mai), elles sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les résultats des révisions annuelles, lesquelles sont effectuées à la fin de l'année, sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

Nombre de jours commerciaux

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données présentées ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

Appendix VII

Constant Dollar Estimates

The value of retail trade is measured in two ways: including the effects of price change on sales and net of the effects of price change. The latter measure is also referred to as "retail trade in constant dollars". In theory, the method of calculation for the first of these two measures should be by aggregating the value of each commodity sold by each retail outlet. Likewise, the method to calculate the second measure should be to aggregate these same values making sure, however, that their price stayed the same as in some selected base period.

There are, however, no estimates of the current values of retail trade by commodity. Accordingly, some approximations are required and because of data limitations these are crude. They are calculated by adjusting the results of a 1974 retail commodity survey so that they are coherent with the commodity balances in the latest version of the input-output tables. These values are divided by the most appropriate price index taken from the CPI. These indexes have provincial sales taxes removed from them since by definition retail trade excludes these taxes. Total retail trade in constant dollars is obtained by adding up these constant dollar commodity values. The result, which is an approximate total sales in constant dollars, is divided into the current dollar estimate to yield an "implicit" price deflator.

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.⁹ The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld for this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

⁹ See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

Appendice VII

Estimations en dollars constants

La valeur du commerce de détail se calcule de deux manières: soit en incluant, soit en excluant les effets de changement de prix sur les ventes. La première mesure s'appelle "commerce de détail en dollars courants" et la seconde "commerce de détail en dollars constants". En théorie, la méthode de calcul pour la première de ces deux mesures est la sommation de la valeur de chaque bien vendu par chaque point de ventes au détail. En contre-partie, la méthode de calcul pour la seconde mesure est la sommation de ses mêmes biens, mais tout en s'assurant que les prix utilisés se situent tous sur une même base de référence (ex: année 1981).

Il n'existe présentement, aucunes estimations des valeurs, en dollars courants, du commerce de détail par produits. Par conséquent, on utilise des approximations mais à cause des limitations des données, celles-ci sont brutes. Ces approximations sont calculées en ajustant les résultats de l'enquête des marchandises et biens du commerce de détail de 1974, pour les rendre cohérents avec les balances des produits de la plus récente version des tables d'intrants-extrants. Ces valeurs sont divisées par l'indice des prix le plus approprié, provenant de l'IPC. Ces indices n'incluent aucunes taxes provinciales car, par définition, le commerce de détail n'en tient pas compte. Donc la valeur totale du commerce de détail en dollars constants, est obtenue par l'addition des valeurs de tous les biens en dollars constants. Le résultat, qui est une approximation des ventes totales en dollars constants, est divisé par l'estimation en dollars courants, pour ainsi produire un indice implicite de dégonflement.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière⁹. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes, de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un "X" aux différents postes visés dans la publication.

⁹ Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information **from selected regions** (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential form. For example, in Tables 30 and 31, retail sales for Yukon and Northwest Territories were broken into five kinds of business **groups** only, as compared to the twenty-eight kinds of business for the other regions.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) **pour certaines régions** (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple, dans les tableaux 30 et 31, les ventes au détail pour le Yukon et les Territoires-du-Nord-Ouest sont ventilées en cinq **groupes** de genres de commerce seulement, comparativement à vingt-huit genres de commerce dans le cas des autres régions.

Ainsi par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Appendix VIII

Kind of Business Composition Used in Tables 1 to 27

1. **Combination stores.** Combination stores (groceries with 20% or more fresh meat).
2. **Grocery, confectionery and sundries stores.** Grocery, confectionery and sundries stores; grocery stores (with 20% or less fresh meat).
3. **All other food stores.** Bakery products stores; confectionery and nut stores; dairy products stores; egg and poultry stores; fruit and vegetable stores; meat markets; fish markets; delicatessen stores; other food stores.
4. **Department stores.** Department stores including concessions located in department store outlets which are an integral part of the overall operation. **(Note:** This kind of business **excludes** non-department store outlets operated by department store firms, as well as department store mail-order and catalogue sales offices.)
5. **General merchandise stores.** General merchandise stores (less than one-third food); and department store mail order and catalogue sales offices.
6. **General stores.** General stores (more than one-third food).
7. **Variety stores.** Variety stores.
8. **Motor vehicle dealers.** Motor vehicle dealers (new and used or new only).
9. **Used car dealers.** Used car dealers (used cars and trucks or used cars only).
10. **Service stations.** Service stations.
11. **Garages.** Garages.
12. **Automotive parts and accessories stores.** Tire, battery and accessories stores; home and auto supply stores.
13. **Men's clothing stores.** Men's and boys' clothing stores; men's and boys' furnishings stores; men's and boys' hat stores; custom tailors (made to measure shops).

Appendice VIII

Composition par genre de commerce utilisé dans les tableaux 1 à 27

1. **Épiceries-boucheries.** Épiceries-boucheries (épiceries avec 20% ou plus de viande fraîche).
2. **Épiceries, confiseries et articles divers.** Épiceries, confiseries et magasins d'articles divers; épiceries (avec 20% ou moins de viande fraîche).
3. **Tous les autres magasins d'aliments.** Magasins de produits de boulangerie; magasins de bonbons, de noix et confiseries; laiteries; magasins d'oeufs et de volailles; magasins de fruits et légumes; boucheries; poissonneries; magasins d'aliments fins (**delicatessen**); autres magasins d'alimentation.
4. **Grands magasins.** Grands magasins y compris les filiales situées dans les points de vente des grands magasins qui font partie intégrale de l'exploitation. **(Nota: Sont exclus** les points de vente autres que ceux des grands magasins, qui sont exploités par les sociétés propriétaires de grands magasins, ainsi que les bureaux de vente par commande postale et par catalogue des grands magasins.)
5. **Magasins de marchandises diverses.** Magasins de marchandises diverses (moins du tiers du stock en aliments); et les bureaux de vente par commande postale et par catalogue des grands magasins.
6. **Magasins généraux.** Magasins généraux (plus du tiers du stocks en aliments).
7. **Bazars.** Bazars.
8. **Concessionnaires d'automobiles.** Vendeurs d'automobiles (neuves et d'occasion ou neuves seulement).
9. **Vendeurs d'automobiles d'occasion.** Vendeurs d'automobiles d'occasion (automobiles et camions d'occasion ou automobiles d'occasion seulement).
10. **Stations-service.** Stations-service.
11. **Garages.** Garages.
12. **Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles.** Magasins de pneus, d'accumulateurs et d'accessoires; magasins de fournitures pour la maison et l'automobile.
13. **Magasins de vêtements pour hommes.** Magasins de vêtements pour hommes et garçons; magasins d'accessoires vestimentaires pour hommes et garçons; chapelleries pour hommes et garçons; tailleurs (ateliers de confection sur place de vêtements sur mesure).

14. **Women's clothing stores.** Women's and misses' ready-to-wear stores; women's and misses' lingerie and hosiery stores; accessories and other apparel stores.
15. **Family clothing stores.** Family clothing and furnishing stores.
16. **Specialty shoe stores.** Men's and boys' shoe stores; women's and misses' shoe stores; children's and infants' shoe stores.
17. **Family shoe stores.** Family shoe stores.
18. **Hardware stores.** Hardware stores.
19. **Household furniture stores.** Furniture stores.
20. **Household appliance stores.** Household appliance stores; electrical supply stores.
21. **Furniture, television, radio and appliance stores.** Furniture, television, radio and appliance stores.
22. **Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores.** Drugstores including proprietary stores.
23. **Book and stationery stores.** Book and stationery stores.
24. **Florists.** Florists.
25. **Jewellery stores.** Jewellery stores.
26. **Sporting goods and accessories stores.** Sporting goods stores; boats, outboard motors and boating accessories; bicycle and bicycle repair shops; motorcycle dealers.
27. **Personal accessories stores.** Tobacco stores and stands; news dealers, gift novelty and souvenir shops; camera and photographic supply stores; luggage and leather goods stores; toy and hobby shops.
28. **All other stores:**

Other automotive businesses. Paint and body shops; other specialty repair shops; car washes; other automotive businesses, n.e.c.
14. **Magasins de vêtements pour dames.** Magasins de vêtements prêts-à-porter pour dames et jeunes filles; magasins de lingerie et bonneteries pour dames et jeunes filles; magasins d'accessoires et autres vêtements.
15. **Magasins de vêtements pour la famille.** Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires pour la famille.
16. **Magasins spécialisés de chaussures.** Magasins de chaussures pour hommes et garçons; magasins de chaussures pour dames et jeunes filles; magasins de chaussures pour enfants et bébés.
17. **Magasins de chaussures pour la famille.** Magasins de chaussures pour la famille.
18. **Quincailleries.** Quincailleries.
19. **Magasins de meubles ménagers.** Magasins de meubles.
20. **Magasins d'appareils ménagers.** Magasins d'appareils ménagers; magasins de fournitures électriques.
21. **Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires.** Magasins de meubles, de téléviseurs, de radios et d'appareils ménagers.
22. **Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté.** Drogueries, y compris magasins de spécialités pharmaceutiques.
23. **Librairies et papeteries.** Librairies-papeteries.
24. **Fleuristes.** Fleuristes.
25. **Bijouteries.** Bijouteries.
26. **Magasins d'articles de sport et d'accessoires.** Magasins d'articles de sport; embarcations, moteurs hors-bord et accessoires connexes; magasins de bicyclettes et ateliers de réparation; vendeurs de motocyclettes.
27. **Magasins d'accessoires personnels.** Magasins et kiosques et tabac; marchands de journaux et de périodiques; magasins de cadeaux, de nouveautés et de souvenirs; magasins d'appareils et de fournitures photographiques; magasins de sacs de voyage, valises, malles, mallettes et de maroquinerie; magasins de jouets et de jeux.
28. **Tous les autres magasins:**

Autres commerces d'automobiles. Ateliers de peinture et de débosselage; autres ateliers de réparation spécialisés; lavage d'automobiles; autres commerces d'automobiles, n.c.a.

Other apparel and accessories stores.

Millinery stores; furriers and fur stores; children's and infants' wear stores; secondhand clothing stores; piece goods stores; wool shops; other apparel and accessories stores, n.e.c.

Other home furnishings stores. Paint, glass and wallpaper stores; television sales and service shops; television, radio and hi-fi stores; china, glassware and kitchenware stores; floor coverings, curtains, upholstery and interior decoration stores; linen stores; picture and picture framing stores; antique stores; secondhand furniture stores; piano and organ stores; record bars; other home furnishings stores, n.e.c.

Radio, television and electrical appliance repair shops. Television and radio repair shops; household appliance repair shops.

Jewellery repair shops. Jewellery repair shops.

Alcoholic beverage stores. Government liquor stores; retail beer stores; retail wine stores.

Miscellaneous stores. Music stores; opticians; health appliance stores; monument and tombstone dealers; pet shops; religious goods dealers; artists' supply stores; art galleries; coin and stamp dealers; mobile home dealers; pawn shops; ice dealers; all other retail stores, n.e.c.

Autres magasins de vêtements et accessoires.

Magasins de chapeaux; fourreurs ou magasins de fourrures; magasins de vêtements pour enfants et bébés; magasins de vêtements usagés; magasins de marchandises à la pièce; magasins de laines; autres magasins de vêtements, n.c.a.

Autres magasins d'articles d'ameublement.

Magasins de peinture, vitre et papier tenture; magasins de vente et réparation de téléviseurs; magasins de téléviseurs, radios et appareils de haute fidélité; magasins de vaisselle, verrerie et ustensiles de cuisine; magasins de revêtements de sol; magasins de rideaux, capitonnage et décoration intérieure; magasins de toilerie; magasins de tableaux et cadres; magasins d'antiquités; magasins de meubles d'occasion; magasins de pianos et orgues; comptoirs de disques; tous les autres fournitures de maison, n.c.a.

Ateliers de réparation de téléviseurs, de radios et d'appareils ménagers. Réparation de téléviseurs et radios; réparation d'appareils électro-ménagers.

Réparation de bijoux. Réparation de bijoux.

Magasins de boissons alcooliques. Spiritueux, magasins du gouvernement; détaillants de bière; détaillants de vin.

Magasins divers. Magasins de musique; opticiens; magasins d'appareils de la santé; marchands des monuments funéraires et pierres tombales; boutiques d'animaux; marchands d'objets de piété; magasins de fournitures pour artistes; galeries d'art; marchands de timbres et pièces de monnaie; marchands de maisons mobiles; bureaux de mont-de-piété; vendeurs de glace; tous les autres magasins de détail, n.c.a.

Appendix IX

Groupings of Kinds of Business Used in Table 30 and 31

1. **Food group.** Combination stores; grocery, confectionery and sundries stores; and all other food stores.
2. **General merchandise and apparel group.** Department stores; general merchandise stores; general stores; variety stores; men's clothing stores; women's clothing stores; family clothing stores; specialty shoe stores; and family shoe stores.
3. **Automobile dealers.** Motor vehicle dealers.
4. **Automotive group.** Used car dealers; service stations, garages; and automotive parts and accessories stores.
5. **Hardware, home furnishings and other retail stores group.** Hardware stores; household furniture stores; household appliance stores; furniture, television, radio and appliance stores; pharmacies, patent medicine and cosmetic stores; book and stationery stores; florists; jewellery stores; sporting goods and accessories stores; personal accessories stores; and all other stores.

Appendice IX

Groupes de genres de commerce utilisés dans le tableau 30 et 31

1. **Groupe des magasins d'alimentation.** Épiceries-boucheries; épiceries, confiseries et articles divers; et tous les autres magasins d'alimentation.
2. **Groupe des magasins de marchandises diverses et des magasins de vêtements.** Grands magasins; magasins de marchandises diverses; magasins généraux; bazars; magasins de vêtements pour hommes; magasins de vêtements pour dames; magasins de vêtements pour la famille; magasins spécialisés de chaussures; et magasins de chaussures pour la famille.
3. **Concessionnaires d'automobiles.** Concessionnaires d'automobiles.
4. **Groupe de l'automobile.** Vendeurs d'automobiles d'occasion; stations-service; garages; et magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles.
5. **Groupe des quincailleries, des magasins de meuble et des autres magasins de détail.** Quincailleries; magasins de meubles ménagers; magasins d'appareils ménagers; magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires; pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté; librairies et papeteries; fleuristes; bijouteries; magasins d'articles de sport et d'accessoires; magasins d'accessoires personnels; et tous les autres magasins.

Selected Publications, Retail Trade

The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 36 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 104 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 36 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department Stores. A., Bil. Approx. 120 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0227-017X).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results Series, Retail Trade. O., Bil. (First Issue, 1974):

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1983
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1983
- 63-608 Retail Florists, 1983
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1983

Choix de publications, commerce de détail

Les publications suivantes sont produites par la section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 104 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 36 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 120 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0227-017X).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Série des Résultats d'exploitation, Commerce de détail. H.S., Bil. (Premier numéro, 1974):

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1983
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1983
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1983
- 63-609 Bijouteries au détail, 1983

63-610 Retail Hardware Stores, 1980

63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980

63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
O. - Occasional

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$10.00, other countries \$11.50.

Nº 11-204F, prix Canada \$10.00, autres pays \$11.50.



ROCK SOLID INFORMATION

Get a focus on Canada's markets and business opportunities with **the** source of reliable information... Statistics Canada and its unequaled family of outstanding publications and services.

Relying on Statistics Canada means you're building your decisions on hard facts assembled by a professional organization with a world-wide reputation for scrupulous accuracy and complete reliability.

Join the thousands of corporations and individuals who base their Canadian business decisions on Statistics Canada publications. Year after year

For more information on Statistics Canada's extensive range of publications and information services, please call toll-free 1-800-267-6677

At Statistics Canada, we provide information you can build on.

DE L'INFORMATION SOLIDE COMME LE ROC

Statistique Canada vous offre des produits et services de qualité qui vous donnent une image claire du secteur canadien des affaires.

Joignez-vous aux milliers de personnes et d'entreprises qui, année après année, fondent leurs décisions sur les publications de Statistique Canada.

Vous fier à Statistique Canada, c'est fonder vos décisions sur des renseignements solides, recueillis par un organisme dont la réputation internationale en est une d'exactitude et de fiabilité

Pour obtenir plus de renseignements sur toute la gamme de publications et de services qu'offre Statistique Canada veuillez composer le numéro sans frais 1-800-267-6677

Statistique Canada fournit l'information à la base des grandes réalisations

How long would it take you to get 10,000 price quotes from 3,500 companies?

A lot longer than it takes to open a copy of **Industry Price Indexes**. Subscribe now, for the most extensive data available on Canadian manufacturing selling prices.

Industry Price Indexes are indispensable if you need current, consistent and reliable reports on price fluctuations at the Canadian factory gate. Uses include preparing escalation contracts, inventory management, charting trends, forecasting price changes or compiling data to create your own index.

This monthly publication covers raw materials, energy and over 700 commodities by 20 major groups. Items listed range from fish fillets to industrial furnaces, cattle to crude oil. Most commodities are reported at the national level, but some are given on a regional basis.

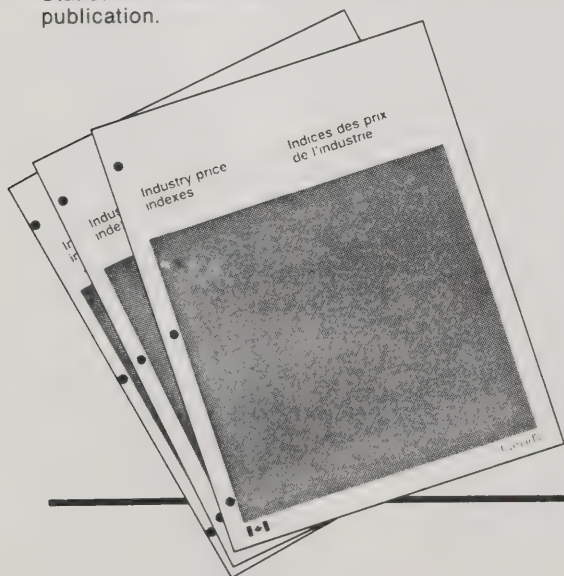
Each issue also provides a historical perspective, with tables of annual averages and monthly price indexes of commodities for the past five years.

As the only periodical of this scope and detail, **Industry Price Indexes** is the recognized authority on changes in the selling prices of Canadian manufactured goods.

Get the facts.

A subscription to the monthly **Industry Price Indexes** (Catalogue No. 62-011) is \$173 in Canada, and \$208 outside Canada.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.



Combien de temps vous faudrait-il pour obtenir 10 000 propositions de prix de 3 500 compagnies?

Beaucoup plus de temps qu'il n'en faut pour lire un exemplaire d'**Indices des prix de l'industrie**. Abonnez-vous dès maintenant afin d'avoir accès aux données les plus complètes possible sur les prix de vente des manufacturiers canadiens.

Indices des prix de l'industrie est indispensable si vous avez besoin de rapports à jour, uniformes et fiables au sujet des fluctuations des prix à la production au Canada. Ces indices peuvent servir notamment à préparer des contrats d'indexation, à gérer des stocks, à suivre des tendances au moyen de graphiques, à prévoir des fluctuations de prix ou à compiler des données pour concevoir votre propre indice.

Cette publication mensuelle porte sur les matières premières, l'énergie et plus de 700 produits classés dans 20 grandes catégories. Les articles répertoriés vont des filets de poisson aux fours industriels en passant par les bovins et le pétrole brut. Pour la plupart des produits, les statistiques ont une portée nationale; toutefois, pour certains, elles revêtent un caractère régional.

Chaque numéro donne également une perspective historique; des tableaux indiquent les moyennes annuelles et les indices des prix mensuels des produits au cours des cinq dernières années.

Indices des prix de l'industrie est le seul périodique aussi complet et détaillé. Il fait autorité en ce qui touche les fluctuations des prix de vente des marchandises fabriquées au Canada.

Abonnez-vous !

L'abonnement au mensuel **Indices des prix de l'industrie** (n° 62-011 au catalogue) coûte 173 \$ au Canada et 208 \$ à l'étranger.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

For faster service, using
Visa or MasterCard, call
toll-free,

Pour un service plus rapide, utilisez
votre carte Visa ou MasterCard
et composez sans frais le

1-800-267-6677



Retail trade

December 1989

Commerce de détail

Décembre 1989



Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 951-3552) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montreal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Toll-free access is provided in all provinces and territories, **for users who reside outside the local dialing area** of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	1-800-563-4255
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Southern Alberta	1-800-472-9708
British Columbia (South and Central)	1-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwTel Inc.)	Call collect 403-495-2011

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Facsimile Number 1(613)951-1584

National toll free order line 1-800-267-6677

Toronto
Credit card only (973-8018)

Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinarlingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 951-3552) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's	(772-4073)	Winnipeg	(983-4020)
Halifax	(426-5331)	Regina	(780-5405)
Montréal	(283-5725)	Edmonton	(495-3027)
Ottawa	(951-8116)	Calgary	(292-6717)
Toronto	(973-6586)	Vancouver	(666-3691)

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, **aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	1-800-563-4255
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Manitoba	1-800-542-3404
Saskatchewan	1-800-667-7164
Alberta	1-800-282-3907
Sud de l'Alberta	1-800-472-9708
Colombie-Britannique (sud et centrale)	1-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Appelez à frais virés au 403-495-2011

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

1(613)951-7277

Numéro du bélinographe 1(613)951-1584

Commandes: 1-800-267-6677 (sans frais partout au Canada)

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Retail trade

December 1989

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Décembre 1989

Published under the authority of the Minister
of Industry, Science and Technology

© Minister of Supply
and Services Canada 1990

All rights reserved. No part of this publication
may be reproduced, stored in a retrieval system or
transmitted in any form or by any means, electronic,
mechanical, photocopying, recording or otherwise
without prior written permission of the Minister of
Supply and Services Canada.

April 1990

Price: Canada, \$16.80, \$168.00 a year
Other Countries, \$20.20, \$202.00 a year

Payment to be made in Canadian funds or equivalent

Catalogue 63-005, Vol. 61, No. 12

ISSN 0380-6146

Ottawa

Publication autorisée par le ministre de
l'Industrie, des Sciences et de la Technologie

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1990

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de
transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque
forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur
support magnétique, reproduction électronique, mécanique,
photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système
de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable du
ministre des Approvisionnements et Services Canada.

Avril 1990

Prix: Canada, \$16.80, \$168.00 par année
Autres pays, \$20.20, \$202.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-005, vol. 61, n° 12

ISSN 0380-6146

Ottawa

Symbols

The following symbols are used in this Statistics Canada publication:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- * The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2300/17, 2320, 2321), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **P.N. Triandafillou**, Director, Industry Division
- **G. Snyder**, Associate Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **R. Rasia**, Chief, Distributive Trades Sub-division, Retail Trade Section, Industry Division

Signes conventionnels

Les signes suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.
- * Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dus aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement; elles doivent par conséquent être utilisées avec circonspection.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2300/17, 2320, 2321), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordiolingues. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **P.N. Triandafillou**, directeur, Division de l'industrie
- **G. Snyder**, directeur associé, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- **R. Rasia**, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

Table of Contents

	Page
Highlights	v
Chart	
Monthly Retail Trade Unadjusted and Seasonally Adjusted Canada, 1987-1989	viii
Monthly Retail Trade Seasonally Adjusted, in Current and Constant (1981) Dollars, Canada, 1987-1989	viii
Retail Trade, Cumulative Total by Kind of Organization, Canada, 1987-1989	ix
Distribution of Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Region and Selected Metropolitan Areas	x
Preliminary Estimates – Current Month	
Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business	

Table

1. Newfoundland	2
2. Prince Edward Island	4
3. Nova Scotia	6
4. New Brunswick	8
5. Québec	10
6. Metropolitan Montréal	12
7. Ontario	14
8. Metropolitan Toronto	16
9. Manitoba	18
10. Metropolitan Winnipeg	20
11. Saskatchewan	22
12. Alberta	24
13. British Columbia	26
14. Metropolitan Vancouver	28
15. Yukon and Northwest Territories	30
16. Canada	32

Revised Estimates – Previous Month

Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

17. Newfoundland	34
17. Prince Edward Island	35
18. Nova Scotia	36
18. New Brunswick	37
19. Québec	38

Table des matières

	Page
Points saillants	v
Graphique	
Commerce de détail mensuel, non-désaisonnalisé et désaisonnalisé, Canada, 1987-1989	viii
Commerce de détail mensuel, désaisonnalisé, estimé en dollars courants et constants (1981), Canada, 1987-1989	viii
Commerce de détail, total cumulatif par type d'entreprise, Canada, 1987-1989	ix
Répartition du commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, par région et certaines zones métropolitaines	x
Estimations préliminaires – Le mois en cours	
Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce	

Tableau

1. Terre-Neuve	3
2. Île-du-Prince-Édouard	5
3. Nouvelle-Écosse	7
4. Nouveau-Brunswick	9
5. Québec	11
6. Zone métropolitaine de Montréal	13
7. Ontario	15
8. Zone métropolitaine de Toronto	17
9. Manitoba	19
10. Zone métropolitaine de Winnipeg	21
11. Saskatchewan	23
12. Alberta	25
13. Colombie-Britannique	27
14. Zone métropolitaine de Vancouver	29
15. Yukon et Territoires du Nord-Ouest	31
16. Canada	33

Estimations révisées – Le mois précédent

Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants suivant le genre de commerce

17. Terre-Neuve	34
17. Île-du-Prince-Édouard	35
18. Nouvelle-Écosse	36
18. Nouveau-Brunswick	37
19. Québec	38

Table of Contents – Concluded

Page

Table

19.	Metropolitan Montréal	39
20.	Ontario	40
20.	Metropolitan Toronto	41
21.	Manitoba	42
21.	Metropolitan Winnipeg	43
22.	Saskatchewan	44
22.	Alberta	45
23.	British Columbia	46
23.	Metropolitan Vancouver	47
24.	Yukon and Northwest Territories	48
24.	Canada	49

Supplementary data, retail trade

25.	Retail Trade, Seasonally Adjusted, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area	52
26.	Retail Trade, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area	54
27.	Retail Trade, MCD and Combined, Seasonal and Trading Day Factors	56
28.	Retail Trade, Canada, Current and Constant Dollar Estimates, 1987-1989	57
29.	Retail Trade, by Kind of Business Group, Canada	58
30.	Yukon	60
31.	Northwest Territories	61

Appendix

I.	Scope of the Survey	65
II.	Definitions	67
	Classification	67
III.	Methodology	69
	Sample	70
IV.	Components of the Survey Universe	71
	The Survey Master File	71
	Chain and Department Store Component	71
	Area File Component	72
V.	Data Reliability	73
	Sampling and Non-sampling Errors	73
	Measures of Sampling and Non-Sampling Errors	74
	Measures of Reliability, by Kind of Business and by Region	76
VI.	Seasonal Adjustment	79
	Revision Procedures	81
	Number of Shopping Days	81
VII.	Constant Dollar Estimates	83
	Data Confidentiality	83
VIII.	Kind of Business Composition used in Tables 1 to 27	85
IX.	Grouping of Kinds of Business used in Tables 30 and 31	89

Selected Publications

Table des matières – fin

Page

Tableau

19.	Zone métropolitaine de Montréal	39
20.	Ontario	40
20.	Zone métropolitaine de Toronto	41
21.	Manitoba	42
21.	Zone métropolitaine de Winnipeg	43
22.	Saskatchewan	44
22.	Alberta	45
23.	Colombie-Britannique	46
23.	Zone métropolitaine de Vancouver	47
24.	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	48
24.	Canada	49

Données supplémentaires sur le commerce de détail

25.	Commerce de détail, désaisonnalisé, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine	52
26.	Commerce de détail par genre de commerce et par région et zone métropolitaine	54
27.	Commerce de détail, MDC et coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux	56
28.	Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants, 1987-1989	57
29.	Commerce de détail, par groupes de genres de commerce, Canada	58
30.	Yukon	60
31.	Territoires du Nord-Ouest	61

Appendice

I.	Champ de l'enquête	65
II.	Définitions	67
	Classification	67
III.	Méthodologie	69
	Échantillon	70
IV.	Éléments de l'univers de l'enquête	71
	Fichier principal de l'enquête	71
	Élément magasins à succursales et grands magasins	71
	Élément fichier géographique (aréolaire)	72
V.	Fiabilité des données	73
	Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs	73
	Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage	74
	Mesure de la fiabilité, selon le genre de commerce et la région	76
VI.	Désaisonnalisation	79
	Procédures de révision	81
	Nombre de jours commerciaux	81
VII.	Estimations en dollars constants	83
	Confidentialité des données	83
VIII.	Composition par genre de commerce utilisé dans les tableaux 1 à 27	85
IX.	Groupes de genres de commerce utilisés dans les tableaux 30 et 31	89

Choix de publications

Highlights

Note to Users

Changes to Retail Trade

Current estimates of retail trade result from a monthly survey designed and introduced in the early 1970's. The survey has come to underestimate by a significant margin the value of total sales. A new survey has been developed and conducted in "parallel" to the old survey since the January 1989 reference month. Estimates derived from the new survey are to be published starting with the January 1990 reference month.

The parallel run is being conducted to tune the new automated system, to adjust the processing procedures, to evaluate the quality of the new estimates and to provide a means of linking the new to the old estimates (at least for some of the highly aggregated series).

The major changes to be introduced with the new survey for January 1990 reference month are:

1. The new survey relies on a new and more up to date list of names and addresses of retail businesses. The list is designed in such a way that ultimately it will enable meaningful comparisons of monthly retail trade data with those from other surveys.
2. Data collection has been regionalized and respondents have the option of replying to the survey by telephone. This has resulted in significantly higher response rates.
3. Estimates will be published for 16 trade groups for Canada and total retail sales for the provinces and territories. Work is progressing to produce estimates of trade groups by province as well as for total retail trade for a limited number of major metropolitan areas. A decision on publishing this information is not expected before the Fall of 1990.
4. The new survey is based upon the 1980 version of the Standard Industrial Classification and the 1986 version of the Standard Geographical Classification.

Seasonally Adjusted Sales

- Preliminary estimates indicate that retail sales increased 0.4% in December 1989 to \$14.6 billion. Excluding new and used motor vehicle dealers, retail trade rose 0.9% in December 1989, following a 0.7% increase in November.

Faits saillants

Note aux utilisateurs

Changements au Commerce de détail

Les estimations courantes du commerce de détail sont obtenues à partir d'une enquête mensuelle qui fut conçue et lancée au début des années 1970. Au fil des ans, la valeur totale des ventes mesurée par l'enquête a été considérablement sous-estimée. Aussi une nouvelle enquête a été élaborée et est menée en "parallèle" avec l'ancienne enquête depuis le mois de référence de janvier 1989. Nous prévoyons publier les estimations provenant de la nouvelle enquête à partir du mois de référence de janvier 1990.

L'enquête en parallèle doit permettre la mise au point du nouveau système automatisé, le redressement des procédures de traitement, l'évaluation de la qualité des nouvelles estimations et le raccordement des nouvelles estimations avec les anciennes (au moins pour certaines des séries les plus agrégées).

Pour le mois de référence de janvier 1990, les principaux changements qui dérivent de l'enquête remaniée sont les suivants:

1. La nouvelle enquête s'appuie sur une nouvelle liste à jour de noms et d'adresses de détaillants. La liste a été conçue de telle sorte qu'elle permettra en fin de compte de vraiment comparer les données mensuelles du commerce de détail avec celles provenant d'autres enquêtes.
2. La collecte des données relève des bureaux régionaux et les répondants ont la possibilité de répondre à l'enquête par téléphone. Il en est résulté des taux de réponse sensiblement plus élevés.
3. Les estimations seront publiées pour 16 groupes de commerce au niveau du Canada et les ventes totales du commerce de détail, au niveau des provinces et des territoires. On travaille actuellement à produire des estimations ventilées par groupe de commerce selon la province ainsi que pour la valeur totale du commerce de détail pour un nombre restreint des principales régions métropolitaines. Toutefois, la décision de publier ces données ne sera pas prise avant l'automne de 1990.
4. La nouvelle enquête est basée sur la Classification type des industries de 1980 et sur la Classification géographique type de 1986.

Ventes désaisonnalisées

- Selon les estimations préliminaires de décembre 1989, les ventes au détail ont enregistré une hausse de 0.4% pour totaliser \$14.6 milliards. En excluant les concessionnaires d'automobiles neuves et usagées, le commerce de détail s'est accru de 0.9% en décembre 1989, suite à une hausse de 0.7% en novembre.

- The 0.4% increase in December followed a gain of 0.9% in November and a decline of 1.3% in October.
- The overall increase in December was primarily attributable, in order of dollar impact, to increases reported by automotive, parts and accessories stores (+7.6%), service stations (+2.2%) and combination stores (+0.7%). Partly offsetting these increases were declines by motor vehicle dealers (-1.7%) and furniture, T.V., radio and appliances stores (-5.8%).
- The decrease in sales reported by motor vehicle dealers followed a 1.8% gain in November 1989. Department store sales increased 0.8% in December following a 0.7% decline in November 1989. The increase reported by service stations constituted the sixth consecutive monthly advance.
- On a provincial basis, seven provinces posted sales increases, ranging from 2.1% in Québec to 0.4% in Manitoba. Decreases in sales occurred in Saskatchewan (-1.3%), the Yukon and Northwest Territories (-0.9%), Ontario (-0.4%) and Nova Scotia (-0.2%).
- La hausse de décembre fait suite à un gain de 0.9% en novembre et une baisse de 1.3% en octobre.
- Par ordre d'importance en dollars, l'augmentation globale en décembre est d'abord attribuable à la hausse signalée par les magasins de pièces et d'accessoires automobiles (+7.6%), les stations-service (+2.2%) et les épiceries-boucheries (+0.7%). Ces hausses ont été partiellement contrebalancées par les baisses rapportées par les concessionnaires d'automobiles neuves (-1.7%) et les magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires (-5.8%).
- La baisse dans les ventes des concessionnaires d'automobiles neuves fait suite à une hausse de 1.8% en novembre 1989. Les ventes des grands magasins se sont accrues de 0.8% en décembre, suite à une baisse de 0.7% en novembre. La hausse déclarée par les stations-service constitue la sixième augmentation mensuelle consécutive.
- Sur une base provinciale, sept provinces ont enregistré des hausses s'échelonnant de 2.1% au Québec à 0.4% au Manitoba. Des baisses ont été observées en Saskatchewan (-1.3%), au Yukon et les territoires du Nord-Ouest (-0.9%), en Ontario (-0.4%) et en Nouvelle-Écosse (-0.2%).

Annual 1989 (Preliminary Estimates)

- Preliminary estimates indicate that retail sales advanced a moderate 4.6% in 1989 to reach a level of \$172.7 billion. This is down considerably from the 7.5% growth recorded in 1988 and the 9.8% increase registered in 1987. Excluding new and used motor vehicle dealers, retail trade increased 5.3% in 1989 compared to 6.3% in 1988.
- The growth in 1989 was broadly based as 27 of the 28 trade groups recorded higher sales. The most significant increases, in order of dollar impact, were reported by food stores (+4.2%), service stations (+6.1%) and motor vehicle dealers (+1.9%).
- Independent retailers reported sales of \$104.9 billion in 1989, an increase of 4.7% over 1988, whereas chain stores sales amounted to \$67.8 billion, up 4.3% over 1988.
- All provinces and territories registered sales increases over 1988. Sales were also higher in the four metropolitan areas covered by the survey.

Résumé de l'année 1989 (Estimées préliminaires)

- Les estimations préliminaires indiquent que les ventes du commerce de détail ont progressé de 4.6% en 1989, une hausse modérée, pour atteindre un niveau de \$172.7 milliards. Ceci est une baisse considérable suite à la hausse de 7.5% enregistré en 1988 et de 9.8% en 1987. En excluant les concessionnaires d'automobiles neuves et usagées, le commerce de détail s'est accru de 5.3% en 1989 comparativement à 6.3% en 1988.
- La croissance observée en 1989 était généralisée alors que des 28 groupes de commerce, 27 ont rapporté des hausses. Les augmentations les plus notables par ordre d'importance en dollars ont été signalées par les magasins d'alimentation (+4.2%), les stations-service (+6.1%) et les concessionnaires d'automobiles (+1.9%).
- En 1989, les détaillants indépendants ont enregistré des ventes de \$104.9 milliards, ce qui représente une augmentation de 4.7% par rapport à 1988, tandis que les magasins à succursales ont totalisé des ventes de \$67.8 milliards, soit un gain de 4.3% en regard de 1988.
- Toutes les provinces et tous les territoires ont signalé des hausses de ventes. Les ventes se sont également accrues dans les quatre régions métropolitaines visées par l'enquête.

Constant Dollars Estimates

- Deflated with an implicit price index of 140.5, retail sales for December 1989, not seasonally adjusted, decreased by 3.1% over the same month a year ago and totalled \$12.8 billion in constant (1981) dollars. The seasonally adjusted value, deflated with an index of 140.9, increased 0.2% in December 1989 over the revised adjusted sales for November, to reach \$10.4 billion in constant (1981) dollars.

Estimations en dollars constants

- Dégonflées à l'aide d'un indice implicite de 140.5 les ventes au détail non désaisonnalisées pour le mois de décembre 1989 ont diminuées de 3.1% par rapport au mois correspondant de l'an passé et ont totalisé \$12.8 milliards en dollars constants (1981). La valeur désaisonnalisée des ventes, dégonflée à l'aide d'un indice de 140.9, a enregistré une hausse de 0.2% par rapport aux ventes désaisonnalisées révisées de novembre 1989 et s'est chiffrée à \$10.4 milliards en dollars constants de 1981.

Chart - 1

Graphique - 1

Monthly Retail Trade, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1987-1989

Commerce de détail mensuel, non désaisonné et désaisonné, Canada, 1987-1989

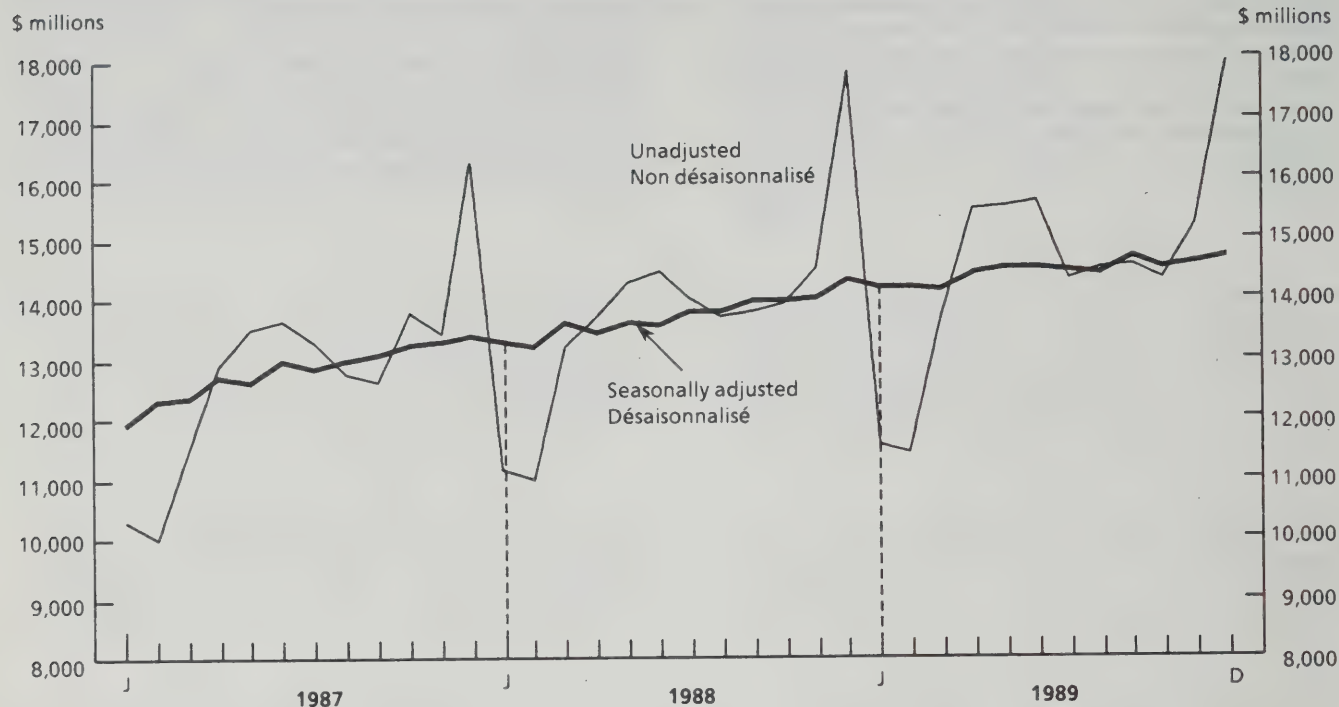


Chart - 2

Graphique - 2

Monthly Retail Trade, Seasonally Adjusted, in Current and Constant (1981) Dollars, Canada, 1987-1989

Commerce de détail mensuel, désaisonné, estimé en dollars courants et constants (1981), Canada, 1987-1989

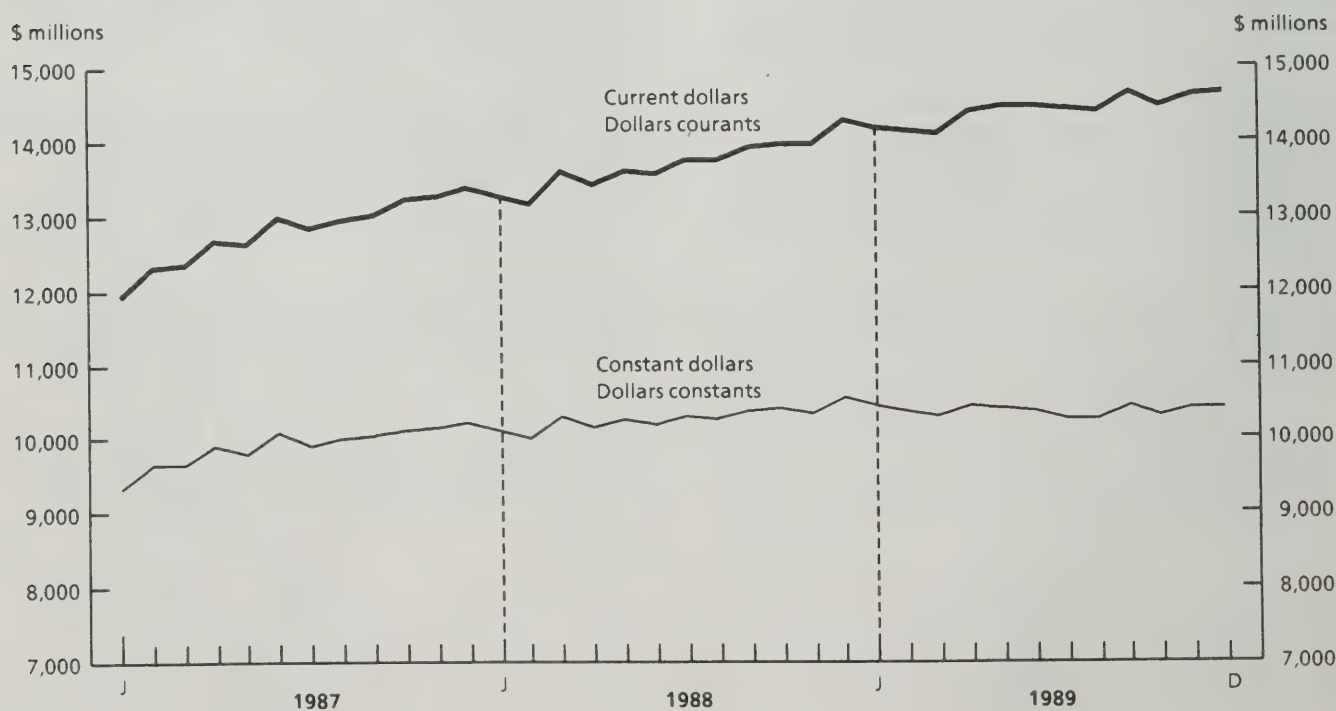
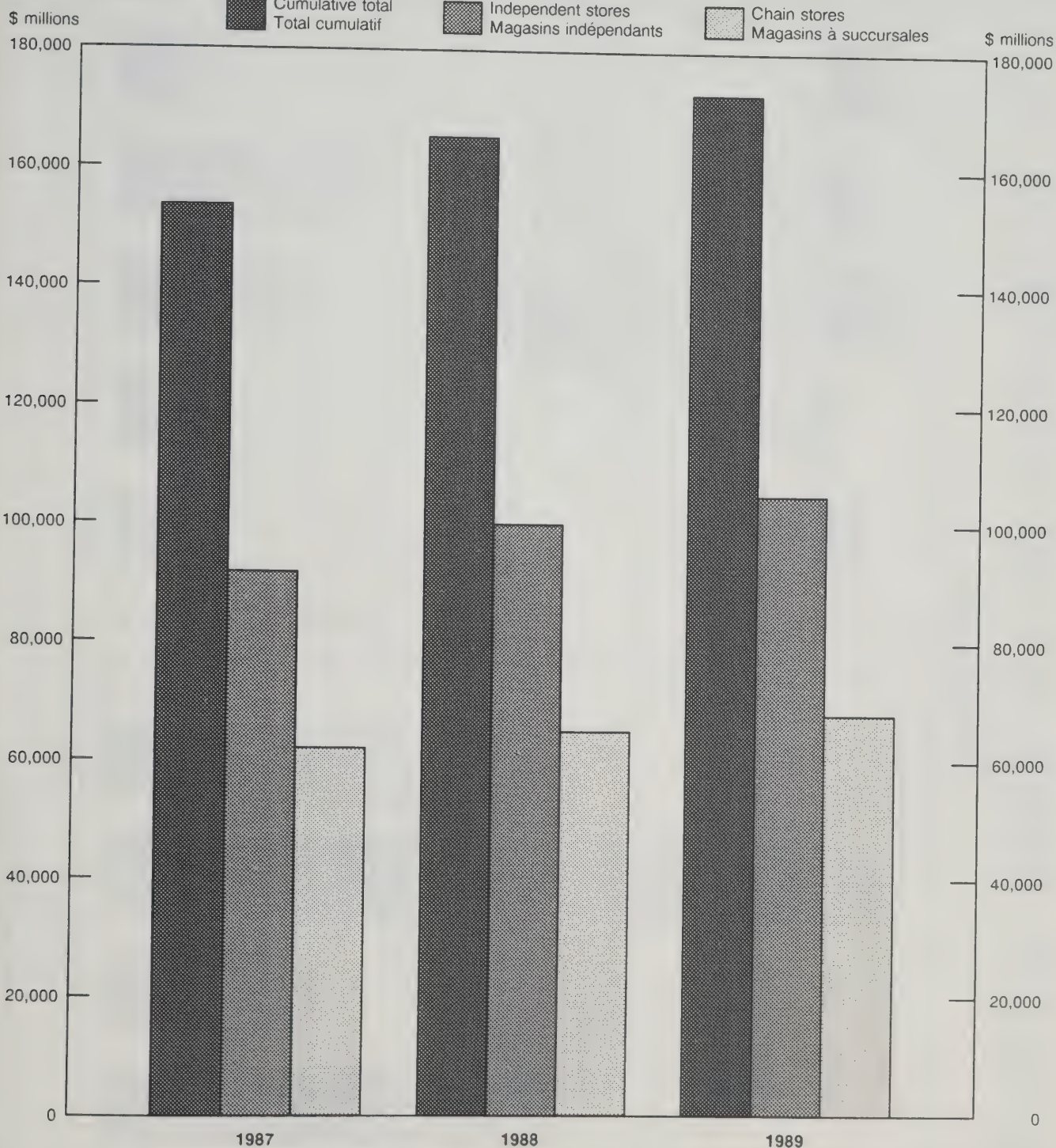


Chart - 3

Retail Trade, Cumulative Total by Kind of Organisation, Canada, 1987-1989 ¹
 Commerce de détail, total cumulatif par type d'entreprise, Canada, 1987-1989 ¹

Graphique - 3

January - December
 Janvier - décembre

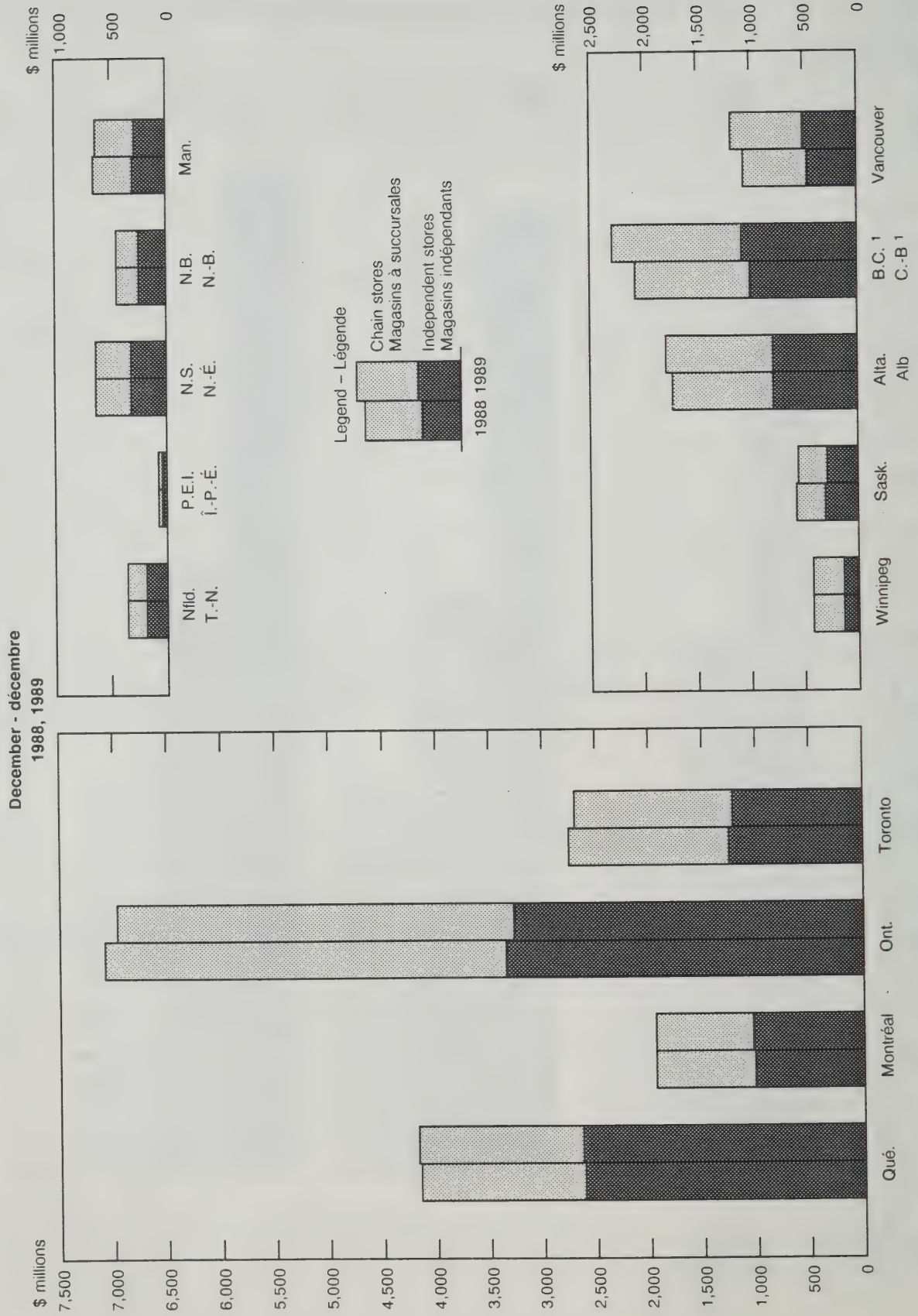


¹ Based on preliminary estimates.

¹ D'après des estimations préliminaires.

Distribution of Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Region and Selected Metropolitan Areas

Répartition du commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, par région et certaines zones métropolitaines



¹ B.C. includes sales from Yukon and Northwest Territories.

¹ C.-B. inclut les ventes du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest.

Statistical Tables

Retail Trade, Unadjusted, by Region and Kind of Business

Tableaux statistiques

Commerce de détail, données brutes, par région et genre de commerce

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 1. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Newfoundland

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	48,267	+ 2.5
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	35,740	+ 4.1
3	All other food stores	x	x	x	x	3,161	+ 6.8
4	Department stores	27,264	- 2.7	-	-	27,264	- 2.7
5	General merchandise stores	x	x	x	x	18,117	+ 5.2
6	General stores	x	x	x	x	12,296	+ 3.0
7	Variety stores	x	x	x	x	12,547	+ 0.2
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	31,128	+ 3.0
9	Used car dealers	-	-	632*	...	632*	...
10	Service stations	x	x	x	x	31,282	+ 3.7
11	Garages	-	-	1,891	- 6.0	1,891	- 6.0
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	10,871	+ 7.4	10,871	+ 7.4
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	2,704	+ 10.6
14	Women's clothing stores	7,393	+ 6.9	673	+ 17.0	8,066	+ 7.7
15	Family clothing stores	11,267	+ 8.9	4,420	- 14.4	15,686	+ 1.1
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	4,826	+ 8.0	4,826	+ 8.0
19	Household furniture stores	x	x	x	x	3,799	+ 6.3
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	5,351	+ 3.6	528	- 6.6	5,878	+ 2.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	4,276	+ 2.9	22,198	+ 16.7	26,474	+ 14.2
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	1,513	+ 10.6
24	Florists	x	x	x	x	x	x
25	Jewellery stores	3,189	- 7.7	1,437	+ 19.2	4,626	- 0.7
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	2,971	+ 6.4
27	Personal accessories stores	1,241	+ 25.0	1,308	+ 2.6	2,549	+ 12.4
28	All other stores	22,550	+ 1.6	18,436	+ 5.2	40,986	+ 3.2
29	All stores	167,510	+ 2.5	189,516	+ 4.9	357,027	+ 3.8

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 1. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Terre-Neuve

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	481,394	+ 4.8	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	399,978	+ 13.9	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	35,713	+ 7.6	Tous les autres magasins d'aliments	3
164,226	+ 2.5	-	-	164,226	+ 2.5	Grands magasins	4
x	x	x	x	151,367	+ 3.8	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	110,693	+ 8.4	Magasins généraux	6
x	x	x	x	71,899	+ 1.7	Bazars	7
x	x	x	x	572,588	+ 2.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	10,489	- 3.4	10,489	- 3.4	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	337,354	+ 4.5	Stations-service	10
-	-	22,729	+ 14.1	22,729	+ 14.1	Garages	11
-	-	85,251	+ 6.5	85,251	+ 6.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	12,572	+ 11.5	Magasins de vêtements pour hommes	13
42,331	+ 12.6	4,538	+ 27.8	46,869	+ 13.9	Magasins de vêtements pour dames	14
62,923	- 1.0	26,285	+ 0.9	89,208	- 0.4	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	39,808*	...	39,808*	...	Quincailleries	18
x	x	x	x	28,924	+ 2.0	Magasins de meubles	19
-	-	x	x	x	x	Magasins d'appareils ménagers	20
49,875	+ 18.7	3,512	+ 4.4	53,387	+ 17.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
34,740	+ 23.4	184,312	+ 12.0	219,052	+ 13.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	7,586	+ 15.2	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	x	x	Fleuristes	24
10,952	+ 5.3	5,640	+ 26.1	16,592	+ 11.6	Bijouteries	25
x	x	x	x	21,208	+ 5.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
9,049	+ 15.6	8,920	+ 14.0	17,969	+ 14.8	Magasins d'accessoires personnels	27
116,292	+ 3.0	147,516	+ 15.4	263,808	+ 9.5	Tous les autres magasins	28
1,299,658	+ 4.8	1,985,979	+ 8.2	3,285,637	+ 6.8	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 2. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Prince Edward Island

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	10,304	+ 7.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	2,717	+ 17.9
3	All other food stores	x	x	x	x	342	- 6.4
4	Department stores	13,620	- 6.6	-	-	13,620	- 6.6
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	-	-	1,493	- 8.1	1,493	- 8.1
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	8,869	- 15.6	8,869	- 15.6
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	x	x	x	x	4,524	+ 9.2
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	2,791	+ 22.3
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	733	+ 1.2	891	+ 9.6	1,624	+ 5.6
15	Family clothing stores	x	x	x	x	1,576	- 4.4
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	1,263	+ 31.9	1,263	+ 31.9
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	480*	...	480*	...
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	5,182	+ 9.7
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	818	+ 12.1
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	913	- 9.6
28	All other stores	x	x	x	x	10,418	- 2.9
29	All stores	32,156	- 2.3	42,820	+ 1.3	74,976	- 0.2

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 2. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Île-du-Prince-Édouard

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	103,867	+ 2.6	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	34,393	+ 15.7	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	4,509	+ 1.9	Tous les autres magasins d'aliments	3
88,868	--	-	-	88,868	--	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	19,307	+ 11.3	19,307	+ 11.3	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	152,268	- 3.3	152,268	- 3.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	51,606	+ 23.7	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	24,025	+ 2.2	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
4,457	- 4.6	6,799	+ 9.8	11,256	+ 3.5	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	9,246	+ 6.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	11,263	+ 21.0	11,263	+ 21.0	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	4,648	+ 6.4	4,648	+ 6.4	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	46,355	+ 8.1	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
x	x	x	x	7,400	+ 12.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	9,313	+ 9.0	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	93,938	+ 3.6	Tous les autres magasins	28
251,728	+ 1.7	480,218	+ 5.2	731,945	+ 4.0	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 3. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Nova Scotia

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	123,562	--
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	17,072	- 3.4
3	All other food stores	x	x	x	x	5,880	- 3.2
4	Department stores	79,400	- 1.5	-	-	79,400	- 1.5
5	General merchandise stores	17,380	- 2.9	3,644	- 6.2	21,023	- 3.5
6	General stores	-	-	6,428	- 0.7	6,428	- 0.7
7	Variety stores	10,026	+ 1.4	645	- 5.1	10,671	+ 0.9
8	Motor vehicle dealers	-	-	74,496	- 4.9	74,496	- 4.9
9	Used car dealers	-	-	2,889	+ 17.4	2,889	+ 17.4
10	Service stations	x	x	x	x	44,033	+ 8.4
11	Garages	-	-	1,866	- 0.8	1,866	- 0.8
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	17,160	+ 4.0
13	Men's clothing stores	6,156	+ 14.2	6,136	+ 11.8	12,292	+ 13.0
14	Women's clothing stores	9,065	- 18.1	4,959	- 0.7	14,025	- 12.7
15	Family clothing stores	5,972	+ 15.8	5,437	+ 0.1	11,409	+ 7.7
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	828	- 5.6
17	Family shoe stores	x	x	x	x	3,961	- 7.0
18	Hardware stores	-	-	4,881	- 4.0	4,881	- 4.0
19	Household furniture stores	x	x	x	x	4,239	- 0.6
20	Household appliance stores	x	x	x	x	1,137	- 8.2
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	4,471	- 19.0
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	41,753	+ 3.6
23	Book and stationery stores	5,449	+ 2.8	2,810	+ 3.4	8,259	+ 3.0
24	Florists	x	x	x	x	2,389	+ 2.1
25	Jewellery stores	8,788	- 2.9	1,191	- 12.8	9,980	- 4.2
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	7,204	+ 12.5
27	Personal accessories stores	2,427	+ 12.9	7,550	- 8.1	9,977	- 3.7
28	All other stores	45,174	+ 3.7	36,231	- 0.1	81,405	+ 1.9
29	All stores	305,240	- 1.0	317,452	+ 0.9	622,692	--

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 3. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Nouvelle-Écosse

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,248,413	+ 6.3	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	203,256	+ 2.9	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	70,512	+ 15.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
463,143	+ 2.6	-	-	463,143	+ 2.6	Grands magasins	4
155,278	- 0.6	31,276	- 1.6	186,554	- 0.8	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	70,840	- 0.9	70,840	- 0.9	Magasins généraux	6
50,825	- 7.6	4,439	- 8.5	55,265	- 7.7	Bazars	7
-	-	1,132,886	- 0.8	1,132,886	- 0.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	40,926	+ 2.1	40,926	+ 2.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	516,638	+ 1.9	Stations-service	10
-	-	21,920	- 11.2	21,920	- 11.2	Garages	11
x	x	x	x	138,590	+ 4.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
26,151	+ 7.9	28,557	+ 17.4	54,708	+ 12.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
59,555	- 1.0	35,102	-	94,657	- 0.6	Magasins de vêtements pour dames	14
30,488	+ 13.2	35,885	+ 0.7	66,373	+ 6.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	7,351	+ 1.9	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	28,316	- 0.3	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	58,379	+ 11.4	58,379	+ 11.4	Quincailleries	18
x	x	x	x	36,323	- 8.3	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	9,476	- 9.6	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	35,558	- 9.3	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	358,458	+ 9.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
25,488	+ 6.6	18,126	+ 0.3	43,614	+ 3.9	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	18,153	+ 18.8	Fleuristes	24
29,378	-	5,288	+ 1.5	34,666	+ 0.1	Bijouteries	25
x	x	x	x	43,483	+ 16.7	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
16,189	+ 13.4	63,106	+ 5.6	79,295	+ 7.1	Magasins d'accessoires personnels	27
348,396	+ 8.3	368,153	+ 14.9	716,549	+ 11.6	Tous les autres magasins	28
2,326,845	+ 3.4	3,507,456	+ 4.4	5,834,301	+ 4.0	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 4. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

New Brunswick

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	74,873	- 1.1
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	16,884	+ 6.9
3	All other food stores	x	x	x	x	4,784	+ 2.2
4	Department stores	52,425	+ 0.7	-	-	52,425	+ 0.7
5	General merchandise stores	11,440	+ 2.7	4,255	- 11.8	15,695	- 1.7
6	General stores	-	-	12,659	+ 5.6	12,659	+ 5.6
7	Variety stores	8,801	+ 0.2	720*	...	9,520*	- 2.0
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	46,409	- 18.0
9	Used car dealers	-	-	2,519	- 1.0	2,519	- 1.0
10	Service stations	2,902	+ 18.9	36,967	+ 11.2	39,869	+ 11.7
11	Garages	-	-	3,330*	...	3,330*	...
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	13,643	+ 4.7	13,643	+ 4.7
13	Men's clothing stores	3,879	+ 10.7	2,804	+ 8.8	6,683	+ 9.9
14	Women's clothing stores	7,573	- 2.9	4,114	+ 10.1	11,687	+ 1.2
15	Family clothing stores	7,287	+ 17.2	2,551	+ 3.1	9,838	+ 13.2
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	5,682	- 3.8	5,682	- 3.8
19	Household furniture stores	x	x	x	x	7,271	- 1.4
20	Household appliance stores	x	x	x	x	1,245	+ 0.2
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	2,638	+ 16.5	29,078	+ 6.0	31,716	+ 6.8
23	Book and stationery stores	3,343	+ 17.4	1,267	+ 5.5	4,610	+ 13.9
24	Florists	x	x	x	x	2,328	- 3.2
25	Jewellery stores	5,929	+ 1.4	3,333	+ 2.7	9,262	+ 1.9
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	6,909	+ 29.8
27	Personal accessories stores	1,849	+ 9.0	2,337	- 4.9	4,186	+ 0.7
28	All other stores	27,414	+ 3.8	22,886	+ 8.9	50,300	+ 6.1
29	All stores	202,081	+ 1.4	248,814	+ 0.9	450,894	+ 1.1

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 4. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Nouveau-Brunswick

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	746,538	+ 2.8	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	192,707	+ 5.9	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	52,244	- 0.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
309,178	+ 3.3	-	-	309,178	+ 3.3	Grands magasins	4
103,071	+ 2.3	41,572	+ 2.8	144,643	+ 2.4	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	143,086	+ 5.8	143,086	+ 5.8	Magasins généraux	6
48,163	- 13.0	6,008	- 5.1	54,171	- 12.2	Bazars	7
x	x	x	x	805,188	+ 3.9	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	37,818	+ 8.9	37,818	+ 8.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
27,942	+ 34.4	430,709	+ 1.6	458,651	+ 3.2	Stations-service	10
-	-	37,536*	...	37,536*	...	Garages	11
-	-	109,328	+ 11.4	109,328	+ 11.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
18,924	+ 8.6	15,107	+ 16.8	34,031	+ 12.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
51,219	--	29,993	+ 12.9	81,212	+ 4.3	Magasins de vêtements pour dames	14
45,431	+ 34.6	18,271	- 2.1	63,702	+ 21.5	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	58,947	+ 15.1	58,947	+ 15.1	Quincailleries	18
x	x	x	x	58,621	+ 18.7	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	11,314	- 2.5	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
22,810	+ 22.5	260,252	+ 9.2	283,062	+ 10.2	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
17,770	+ 6.5	7,436	+ 17.9	25,206	+ 9.7	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	16,844	+ 10.5	Fleuristes	24
20,185	+ 7.8	11,609	- 4.0	31,794	+ 3.1	Bijouteries	25
x	x	x	x	50,545	+ 27.1	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
11,792	+ 27.4	19,110	+ 13.7	30,901	+ 18.5	Magasins d'accessoires personnels	27
211,484	+ 8.6	228,230	- 4.3	439,714	+ 1.4	Tous les autres magasins	28
1,545,682	+ 4.9	2,784,012	+ 5.1	4,329,694	+ 5.0	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 5. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Quebec

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	636,084	+ 0.5
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	265,917	- 0.2
3	All other food stores	8,933	--	112,121	+ 4.0	121,054	+ 3.7
4	Department stores	388,641	- 2.6	-	-	388,641	- 2.6
5	General merchandise stores	x	x	x	x	30,920	- 1.5
6	General stores	x	x	x	x	40,818	+ 3.4
7	Variety stores	x	x	x	x	42,218	- 5.6
8	Motor vehicle dealers	-	-	524,296	- 6.2	524,296	- 6.2
9	Used car dealers	-	-	23,804*	...	23,804*	...
10	Service stations	75,141	+ 7.9	280,849	+ 8.4	355,990	+ 8.3
11	Garages	-	-	59,381	+ 11.9	59,381	+ 11.9
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	98,911	+ 6.2
13	Men's clothing stores	29,522	- 4.9	27,340	- 10.9	56,862	- 7.9
14	Women's clothing stores	64,839	+ 3.3	45,973	- 1.5	110,812	+ 1.2
15	Family clothing stores	80,103	+ 6.7	40,908	- 4.6	121,011	+ 2.6
16	Specialty shoe stores	7,845	- 7.2	6,179	+ 35.3	14,024	+ 7.6
17	Family shoe stores	39,401	- 2.9	10,763	- 4.2	50,164	- 3.2
18	Hardware stores	x	x	x	x	60,190	- 2.3
19	Household furniture stores	11,930	- 3.7	46,309	- 1.1	58,239	- 1.6
20	Household appliance stores	-	-	17,201	- 2.5	17,201	- 2.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	14,446	- 12.1	32,251	- 1.5	46,697	- 5.1
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	40,731	- 15.9	127,718	+ 4.1	168,450	- 1.5
23	Book and stationery stores	14,865	- 0.9	28,967	+ 6.7	43,832	+ 3.9
24	Florists	-	-	15,812	- 7.0	15,812	- 7.0
25	Jewellery stores	17,722	- 1.8	24,680	- 11.1	42,403	- 7.4
26	Sporting goods and accessories stores	13,306	- 6.6	90,578	+ 19.9	103,884	+ 15.6
27	Personal accessories stores	45,534	- 2.8	47,179	+ 3.0	92,713	--
28	All other stores	317,845	--	259,488	+ 5.0	577,333	+ 2.2
29	All stores	1,533,323	- 0.9	2,634,338	+ 0.8	4,167,661	+ 0.1

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 5. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Québec

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	6,665,000	+ 1.9	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	2,987,165	- 1.9	Épicerie, confiseries et articles divers	2
63,999	+ 12.9	1,135,761	+ 2.6	1,199,759	+ 3.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
2,582,172	+ 1.2	-	-	2,582,172	+ 1.2	Grands magasins	4
x	x	x	x	352,749	+ 0.8	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	438,204	+ 16.5	Magasins généraux	6
x	x	x	x	305,134	- 8.9	Bazars	7
-	-	8,636,895	- 2.3	8,636,895	- 2.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	394,111	- 4.0	394,111	- 4.0	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
809,497	+ 6.0	3,119,473	+ 5.0	3,928,969	+ 5.2	Stations-service	10
-	-	700,623	- 3.9	700,623	- 3.9	Garages	11
x	x	x	x	843,531	+ 9.4	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
188,650	-	204,991	- 6.4	393,641	- 3.4	Magasins de vêtements pour hommes	13
548,040	+ 3.0	409,812	+ 2.5	957,851	+ 2.8	Magasins de vêtements pour dames	14
567,048	+ 12.5	366,814	+ 13.4	933,861	+ 12.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
71,847	+ 14.8	59,822*	...	131,669*	+ 34.3	Magasins de chaussures spécialisées	16
365,255	+ 1.7	114,323	- 0.4	479,578	+ 1.2	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	717,213	+ 5.9	Quincailleries	18
148,263	+ 7.6	508,817	- 5.5	657,079	- 2.8	Magasins de meubles	19
-	-	177,645	+ 5.5	177,645	+ 5.5	Magasins d'appareils ménagers	20
206,545	+ 14.9	399,704	- 4.6	606,248	+ 1.2	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
427,550	- 3.7	1,237,955	+ 12.3	1,665,505	+ 7.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
75,589	+ 5.5	215,566	+ 5.4	291,155	+ 5.4	Librairies et papeteries	23
-	-	147,660	+ 7.8	147,660	+ 7.8	Fleuristes	24
65,378	- 3.3	122,747	- 2.7	188,125	- 2.9	Bijouteries	25
71,940	- 1.0	812,006	+ 8.0	883,946	+ 7.2	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
241,304	+ 7.3	412,335	+ 2.2	653,639	+ 4.0	Magasins d'accessoires personnels	27
1,815,311	+ 0.9	2,729,955	+ 9.0	4,545,266	+ 5.6	Tous les autres magasins	28
11,785,890	+ 1.5	30,678,504	+ 2.2	42,464,393	+ 2.0	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 6. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Montreal

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	297,545	- 0.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	97,333	+ 3.5
3	All other food stores	4,529	+ 2.0	60,169	+ 1.8	64,698	+ 1.8
4	Department stores	218,632	- 5.3	-	-	218,632	- 5.3
5	General merchandise stores	x	x	x	x	8,814	+ 7.5
6	General stores	-	-	4,677	+ 13.1	4,677	+ 13.1
7	Variety stores	x	x	x	x	12,606	- 9.0
8	Motor vehicle dealers	-	-	240,141	- 2.8	240,141	- 2.8
9	Used car dealers	-	-	7,646*	...	7,646*	...
10	Service stations	39,238	+ 16.3	89,121	+ 5.3	128,359	+ 8.5
11	Garages	-	-	13,978	+ 31.3	13,978	+ 31.3
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	34,705	+ 9.9
13	Men's clothing stores	20,704	- 4.6	8,399	- 11.9	29,103	- 6.9
14	Women's clothing stores	36,617	+ 2.8	16,947	- 0.6	53,564	+ 1.6
15	Family clothing stores	41,758	- 5.4	10,950	- 2.8	52,709	- 4.9
16	Specialty shoe stores	5,983	- 5.9	4,175*	...	10,158*	+ 15.4
17	Family shoe stores	22,516	--	5,898	- 3.5	28,414	- 0.7
18	Hardware stores	x	x	x	x	30,835	- 1.9
19	Household furniture stores	6,934	- 6.2	16,759	+ 2.9	23,693	--
20	Household appliance stores	-	-	6,483	- 8.2	6,483	- 8.2
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	15,357	- 11.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	26,055	- 15.4	57,002	+ 2.8	83,057	- 3.6
23	Book and stationery stores	9,512	+ 3.1	17,493	+ 15.9	27,005	+ 11.0
24	Florists	-	-	7,474	- 6.8	7,474	- 6.8
25	Jewellery stores	12,859	+ 2.0	8,697	- 16.4	21,556	- 6.3
26	Sporting goods and accessories stores	9,127	- 13.4	24,826	+ 30.0	33,953	+ 14.5
27	Personal accessories stores	30,810	- 3.8	20,411	+ 13.3	51,221	+ 2.3
28	All other stores	228,043	+ 2.3	112,206	+ 7.7	340,249	+ 4.0
29	All stores	912,033	- 1.2	1,031,933	+ 1.2	1,943,965	--

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 6. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Montréal

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N ^o
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	3,092,371	+ 1.8	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	1,081,917	- 6.0	Épiceries, confiseries et articles divers	2
27,955	+ 3.9	602,777	+ 1.7	630,731	+ 1.8	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,433,676	- 1.6	-	-	1,433,676	- 1.6	Grands magasins	4
x	x	x	x	96,778	+ 12.0	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	75,283*	...	75,283*	...	Magasins généraux	6
x	x	x	x	99,918	- 4.9	Bazars	7
-	-	3,753,514	- 3.3	3,753,514	- 3.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	125,258	- 15.2	125,258	- 15.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
402,279	+ 16.9	965,417	- 6.6	1,367,696	- 0.7	Stations-service	10
-	-	163,711	- 6.0	163,711	- 6.0	Garages	11
x	x	x	x	300,371	+ 10.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
133,083	+ 0.8	71,425	- 11.6	204,508	- 3.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
303,319	+ 1.7	167,560	+ 0.6	470,879	+ 1.3	Magasins de vêtements pour dames	14
303,627	+ 6.6	109,850*	...	413,477*	+ 13.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
52,832	+ 19.6	38,357*	...	91,189*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
195,087	- 0.4	63,587	- 2.2	258,675	- 0.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	350,635	+ 1.2	Quincailleries	18
91,421	+ 7.3	214,394	- 6.4	305,815	- 2.6	Magasins de meubles	19
-	-	72,008	+ 0.3	72,008	+ 0.3	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	225,586	- 3.1	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
264,781	- 8.4	567,018	+ 9.5	831,799	+ 3.1	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
48,092	+ 10.0	116,682	+ 9.6	164,774	+ 9.8	Librairies et papeteries	23
-	-	69,220	+ 10.7	69,220	+ 10.7	Fleuristes	24
47,845	+ 0.6	51,073	- 6.2	98,919	- 3.0	Bijouteries	25
45,796	- 1.7	231,091	- 3.9	276,887	- 3.5	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
158,101	+ 0.9	182,681	+ 11.6	340,782	+ 6.4	Magasins d'accessoires personnels	27
1,283,494	+ 1.1	1,122,574	+ 6.8	2,406,068	+ 3.7	Tous les autres magasins	28
6,801,846	+ 1.0	12,000,599	+ 0.2	18,802,445	+ 0.5	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 7. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Ontario

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	698,095	- 9.3	334,634	+ 7.6	1,032,729	- 4.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	116,384	- 0.3	114,201	+ 5.9	230,585	+ 2.6
3	All other food stores	25,107	- 2.1	98,508	+ 1.3	123,615	+ 0.5
4	Department stores	923,523	- 1.0	-	-	923,523	- 1.0
5	General merchandise stores	138,364	- 6.1	49,950	+ 13.2	188,314	- 1.6
6	General stores	x	x	x	x	26,365	+ 4.5
7	Variety stores	37,731	- 4.0	5,875	- 11.4	43,606	- 5.1
8	Motor vehicle dealers	-	-	1,003,214	- 10.2	1,003,214	- 10.2
9	Used car dealers	-	-	28,693	- 1.1	28,693	- 1.1
10	Service stations	172,953	+ 17.5	213,414	+ 3.6	386,368	+ 9.4
11	Garages	x	x	x	x	65,389	+ 10.9
12	Automotive parts and accessories stores	3,488	- 9.2	218,002	+ 4.4	221,490	+ 4.2
13	Men's clothing stores	89,689	+ 10.6	45,401	- 8.0	135,090	+ 3.5
14	Women's clothing stores	142,352	+ 1.8	42,615	+ 5.3	184,967	+ 2.6
15	Family clothing stores	98,673	+ 4.9	23,628	+ 5.0	122,301	+ 4.9
16	Specialty shoe stores	7,522*	...	3,388	- 9.6	10,910*	...
17	Family shoe stores	50,500	+ 1.9	15,395	- 6.8	65,895	- 0.2
18	Hardware stores	x	x	x	x	66,392	- 2.1
19	Household furniture stores	22,111	+ 3.2	58,264	- 12.5	80,375	- 8.7
20	Household appliance stores	5,891	- 18.2	24,464	- 16.4	30,356	- 16.8
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	42,889	- 16.9	15,220	+ 0.2	58,109	- 13.0
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	126,590	+ 5.8	202,886	+ 4.0	329,476	+ 4.7
23	Book and stationery stores	50,737	+ 1.7	29,947	+ 3.1	80,685	+ 2.2
24	Florists	1,940	+ 0.5	33,853	- 4.7	35,793	- 4.4
25	Jewellery stores	70,938	- 2.7	54,009	- 2.3	124,947	- 2.5
26	Sporting goods and accessories stores	61,324	+ 9.6	52,780	-	114,104	+ 4.9
27	Personal accessories stores	110,850	+ 6.7	92,544	+ 2.2	203,394	+ 4.6
28	All other stores	663,925	- 1.0	375,716	- 0.8	1,039,641	- 0.9
29	All stores	3,680,218	- 1.4	3,276,107	- 1.9	6,956,325	- 1.6

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 7. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Ontario

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
7,246,248	+ 1.1	3,608,076	+ 14.5	10,854,324	+ 5.2	Épiceries - Boucheries	1
1,390,872	- 1.0	1,298,756	+ 3.2	2,689,628	+ 0.9	Épiceries, confiseries et articles divers	2
187,950	+ 7.5	935,355	+ 6.0	1,123,305	+ 6.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
5,739,922	+ 4.4	-	-	5,739,922	+ 4.4	Grands magasins	4
1,160,933	+ 1.8	426,276	+ 22.7	1,587,209	+ 6.7	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	234,309	+ 2.0	Magasins généraux	6
240,801	- 2.4	45,839	- 2.8	286,641	- 2.4	Bazars	7
-	-	14,813,751	+ 1.0	14,813,751	+ 1.0	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	435,562	+ 0.6	435,562	+ 0.6	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,881,212	+ 13.3	2,634,313	- 1.9	4,515,525	+ 3.9	Stations-service	10
x	x	x	x	790,282	+ 5.0	Garages	11
40,128	- 1.0	1,883,722	+ 11.1	1,923,850	+ 10.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
481,851	+ 7.4	293,796	+ 0.3	775,647	+ 4.6	Magasins de vêtements pour hommes	13
951,049	+ 1.9	353,711	- 2.3	1,304,761	+ 0.7	Magasins de vêtements pour dames	14
544,132	+ 6.1	157,113	+ 2.9	701,245	+ 5.4	Magasins de vêtements pour la famille	15
70,305	- 16.9	37,730	+ 0.2	108,035	- 11.6	Magasins de chaussures spécialisées	16
374,185	+ 10.9	143,997	+ 5.1	518,182	+ 9.3	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	646,338	+ 11.0	Quincailleries	18
221,672	+ 6.0	658,844	+ 8.9	880,516	+ 8.2	Magasins de meubles	19
68,036	+ 8.8	253,981	- 0.2	322,017	+ 1.5	Magasins d'appareils ménagers	20
459,399	+ 1.1	136,892	+ 4.5	596,291	+ 1.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
1,198,038	+ 17.6	1,979,649	+ 4.0	3,177,688	+ 8.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
246,382	+ 5.7	182,830	+ 9.9	429,212	+ 7.4	Librairies et papeteries	23
14,719	- 8.0	279,553	+ 6.8	294,272	+ 5.9	Fleuristes	24
265,756	+ 1.2	265,529	+ 4.2	531,285	+ 2.7	Bijouteries	25
300,502	+ 9.1	659,898	+ 1.7	960,400	+ 3.9	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
588,558	+ 8.6	710,810	+ 9.4	1,299,368	+ 9.1	Magasins d'accessoires personnels	27
4,753,415	+ 4.6	3,907,116	+ 4.3	8,660,531	+ 4.5	Tous les autres magasins	28
28,569,901	+ 4.3	37,630,196	+ 3.9	66,200,097	+ 4.1	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 8. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Toronto

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	278,788	- 10.0	74,208	+ 4.4	352,996	- 7.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	32,499	- 1.1	36,333	+ 4.6	68,832	+ 1.8
3	All other food stores	10,282	- 4.4	59,454	+ 3.0	69,737	+ 1.9
4	Department stores	372,658	- 0.1	-	-	372,658	- 0.1
5	General merchandise stores	40,781	- 8.3	9,299	- 7.8	50,080	- 8.2
6	General stores	-	-	629	+ 1.7	629	+ 1.7
7	Variety stores	6,898	- 10.8	418	- 6.9	7,316	- 10.6
8	Motor vehicle dealers	-	-	418,273	- 12.4	418,273	- 12.4
9	Used car dealers	-	-	7,341	- 18.9	7,341	- 18.9
10	Service stations	77,333	+ 21.0	77,903	+ 5.1	155,237	+ 12.4
11	Garages	-	-	17,734	+ 7.8	17,734	+ 7.8
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	63,101	+ 3.6
13	Men's clothing stores	46,034	+ 3.7	15,041	- 13.7	61,075	- 1.1
14	Women's clothing stores	66,995	- 0.4	16,382	- 0.3	83,377	- 0.4
15	Family clothing stores	50,142	+ 6.9	8,332	+ 0.2	58,474	+ 5.9
16	Specialty shoe stores	4,826*	...	2,225	- 10.7	7,051*	- 20.1
17	Family shoe stores	26,420	- 2.9	6,866	- 12.5	33,286	- 5.1
18	Hardware stores	x	x	x	x	17,782	+ 7.4
19	Household furniture stores	14,872	+ 6.9	11,332	- 17.6	26,204	- 5.2
20	Household appliance stores	4,635	- 14.4	9,373*	...	14,008*	- 20.0
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	26,983	- 20.4
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	35,412	+ 6.5	90,094	+ 5.3	125,506	+ 5.6
23	Book and stationery stores	24,287	+ 8.7	12,143	- 2.8	36,429	+ 4.6
24	Florists	687	+ 9.1	13,544	+ 3.4	14,231	+ 3.6
25	Jewellery stores	27,756	- 0.3	22,658	- 1.5	50,414	- 0.8
26	Sporting goods and accessories stores	31,302	+ 6.4	10,107	- 0.4	41,409	+ 4.6
27	Personal accessories stores	57,550	+ 6.6	43,510	+ 4.4	101,059	+ 5.7
28	All other stores	249,658	+ 1.9	166,298	+ 0.9	415,956	+ 1.5
29	All stores	1,488,140	- 0.9	1,209,040	- 3.8	2,697,180	- 2.2

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 8. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Toronto

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
2,871,835	+ 1.5	814,432	+ 5.9	3,686,267	+ 2.5	Épicerie - Boucheries	1
378,013	- 1.2	408,214	- 4.2	786,226	- 2.8	Épicerie, confiseries et articles divers	2
74,982	+ 8.0	538,373	+ 1.8	613,355	+ 2.5	Tous les autres magasins d'aliments	3
2,257,494	+ 1.5	-	-	2,257,494	+ 1.5	Grands magasins	4
334,767	+ 3.5	87,073	+ 6.3	421,840	+ 4.1	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	7,622	+ 7.0	7,622	+ 7.0	Magasins généraux	6
47,568	- 3.6	3,839	- 18.1	51,407	- 4.9	Bazars	7
-	-	6,213,853	+ 0.8	6,213,853	+ 0.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	117,639	- 0.1	117,639	- 0.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
819,449	+ 14.3	929,573	- 4.1	1,749,022	+ 3.7	Stations-service	10
-	-	209,482	- 8.2	209,482	- 8.2	Garages	11
x	x	x	x	550,754	+ 1.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
264,299	+ 5.7	113,901	- 8.6	378,200	+ 0.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
456,945	+ 1.0	159,890	- 4.9	616,835	- 0.5	Magasins de vêtements pour dames	14
277,200	+ 8.0	54,617	- 2.2	331,816	+ 6.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
46,140	- 14.2	24,768	+ 5.4	70,908	- 8.2	Magasins de chaussures spécialisées	16
193,094	+ 8.9	66,599	+ 10.2	259,693	+ 9.2	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	150,810	+ 9.8	Quincailleries	18
157,148	+ 8.5	135,512	- 1.1	292,660	+ 3.8	Magasins de meubles	19
56,185	+ 9.3	105,080	+ 1.5	161,265	+ 4.1	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	294,760	- 4.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
353,075	+ 22.1	855,206	+ 6.9	1,208,280	+ 11.0	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
119,089	+ 6.1	70,956	+ 1.8	190,045	+ 4.5	Librairies et papeteries	23
5,219	+ 4.4	103,920	+ 2.3	109,139	+ 2.4	Fleuristes	24
104,201	+ 2.2	125,277	- 2.0	229,478	- 0.1	Bijouteries	25
157,871	+ 10.8	120,344	+ 7.8	278,216	+ 9.5	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
309,864	+ 8.9	365,199	+ 20.4	675,063	+ 14.9	Magasins d'accessoires personnels	27
1,751,741	+ 6.8	1,704,037	+ 3.3	3,455,778	+ 5.0	Tous les autres magasins	28
11,345,405	+ 4.3	14,022,504	+ 1.6	25,367,909	+ 2.8	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 9. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Manitoba

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	136,494	+ 2.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	21,031	+ 7.1
3	All other food stores	1,386	+ 5.2	6,080	+ 4.6	7,466	+ 4.7
4	Department stores	87,934	- 2.9	-	-	87,934	- 2.9
5	General merchandise stores	x	x	x	x	15,616	- 2.5
6	General stores	x	x	x	x	18,492	- 8.8
7	Variety stores	x	x	x	x	6,698	+ 6.0
8	Motor vehicle dealers	-	-	76,706	- 13.8	76,706	- 13.8
9	Used car dealers	-	-	2,613	+ 11.1	2,613	+ 11.1
10	Service stations	15,523	+ 18.7	34,043	- 0.4	49,566	+ 4.8
11	Garages	-	-	3,235	+ 3.0	3,235	+ 3.0
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	12,674	+ 9.6
13	Men's clothing stores	7,848	+ 12.2	1,855	- 2.1	9,703	+ 9.1
14	Women's clothing stores	12,359	+ 1.4	1,513	- 9.6	13,871	--
15	Family clothing stores	12,590	+ 3.7	914	- 13.0	13,504	+ 2.4
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	400*	...
17	Family shoe stores	x	x	x	x	4,297	+ 19.8
18	Hardware stores	x	x	x	x	6,216	- 9.1
19	Household furniture stores	x	x	x	x	7,111	- 5.9
20	Household appliance stores	-	-	814	+ 8.7	814	+ 8.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	4,368	--	2,165	- 6.6	6,533	- 2.3
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	23,733	+ 1.9
23	Book and stationery stores	5,364	- 0.2	1,916	+ 0.6	7,280	--
24	Florists	x	x	x	x	2,197	- 3.7
25	Jewellery stores	6,454	- 13.5	3,451	+ 1.2	9,905	- 8.9
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	9,475	+ 11.2
27	Personal accessories stores	5,175	+ 9.2	2,979	- 10.3	8,154	+ 1.1
28	All other stores	41,188	- 0.7	33,678	+ 8.1	74,865	+ 3.0
29	All stores	356,224	+ 1.1	280,361	- 3.1	636,585	- 0.7

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABEAU 9. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Manitoba

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,410,714	+ 8.8	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	249,014	+ 3.3	Épicerie, confiseries et articles divers	2
10,340	+ 3.3	62,665	+ 10.8	73,005	+ 9.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
579,020	+ 1.0	-	-	579,020	+ 1.0	Grands magasins	4
x	x	x	x	148,858	+ 4.4	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	182,729	+ 1.0	Magasins généraux	6
x	x	x	x	38,612	+ 1.3	Bazars	7
-	-	1,161,081	- 0.9	1,161,081	- 0.9	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	46,401	+ 21.3	46,401	+ 21.3	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
164,725	+ 8.2	399,308	+ 4.6	564,033	+ 5.6	Stations-service	10
-	-	41,401	+ 14.1	41,401	+ 14.1	Garages	11
x	x	x	x	120,007	+ 15.2	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
40,482	+ 7.2	13,040	+ 5.6	53,523	+ 6.8	Magasins de vêtements pour hommes	13
90,419	- 0.1	17,037	- 8.4	107,456	- 1.5	Magasins de vêtements pour dames	14
77,153	+ 2.4	8,090	- 11.0	85,243	+ 0.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	5,304*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	33,146	+ 11.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	61,050	+ 10.3	Quincailleries	18
x	x	x	x	74,365	+ 7.7	Magasins de meubles	19
-	-	7,225*	...	7,225*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
48,795	+ 8.1	24,512	- 15.4	73,307	- 1.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	225,485	+ 11.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
26,548	+ 7.0	14,476	+ 12.5	41,024	+ 8.9	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	17,308	- 2.4	Fleuristes	24
26,531	- 1.1	17,187	- 15.7	43,718	- 7.4	Bijouteries	25
x	x	x	x	79,063	- 0.7	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
28,504	+ 3.1	30,102	- 12.1	58,606	- 5.3	Magasins d'accessoires personnels	27
278,529	+ 6.0	359,199	+ 3.4	637,729	+ 4.5	Tous les autres magasins	28
2,843,124	+ 5.1	3,375,301	+ 3.3	6,218,424	+ 4.1	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 10. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Winnipeg

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	96,440	+ 3.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	11,334	+ 8.0
3	All other food stores	x	x	x	x	5,774	+ 8.5
4	Department stores	79,706	- 2.9	-	-	79,706	- 2.9
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	-	-	x	x	x	x
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	39,879	- 13.4	39,879	- 13.4
9	Used car dealers	-	-	1,374	- 15.4	1,374	- 15.4
10	Service stations	x	x	x	x	30,098	+ 0.2
11	Garages	-	-	1,397	+ 35.6	1,397	+ 35.6
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	8,960	+ 10.7
13	Men's clothing stores	5,106	+ 2.2	330	- 8.5	5,436	+ 1.4
14	Women's clothing stores	10,878	--	883	- 2.7	11,760	- 0.2
15	Family clothing stores	8,232	+ 5.0	152	+ 13.5	8,383	+ 5.1
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	400*	...
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,893	+ 1.0
18	Hardware stores	x	x	x	x	1,854	- 11.7
19	Household furniture stores	x	x	x	x	4,755	- 9.2
20	Household appliance stores	-	-	306	+ 27.8	306	+ 27.8
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	4,814	- 3.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	14,626	- 1.0
23	Book and stationery stores	4,986	- 0.1	909	+ 0.2	5,895	- 0.1
24	Florists	x	x	x	x	697	- 8.0
25	Jewellery stores	x	x	x	x	7,334	- 2.3
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	6,595	+ 12.7
27	Personal accessories stores	4,837	+ 9.6	2,293	- 13.0	7,130	+ 1.1
28	All other stores	34,131	- 6.9	21,474	+ 0.7	55,606	- 4.1
29	All stores	285,382	--	135,776	- 4.1	421,158	- 1.4

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 10. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Winnipeg

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	972,711	+ 6.8	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	135,278	- 1.2	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	54,357	+ 9.2	Tous les autres magasins d'aliments	3
526,431	+ 0.9	-	-	526,431	+ 0.9	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	x	x	x	x	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	640,886	- 6.7	640,886	- 6.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	29,145	+ 13.0	29,145	+ 13.0	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	340,696	+ 1.2	Stations-service	10
-	-	17,197	+ 3.8	17,197	+ 3.8	Garages	11
x	x	x	x	78,989	+ 10.5	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
29,746	+ 1.0	3,660	- 10.1	33,405	- 0.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
80,087	+ 0.5	9,680	- 7.9	89,767	- 0.4	Magasins de vêtements pour dames	14
47,955	+ 1.3	1,316	- 18.8	49,271	+ 0.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	5,304*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	25,607	+ 11.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	22,069	+ 23.3	Quincailleries	18
x	x	x	x	51,767	+ 7.4	Magasins de meubles	19
-	-	3,108*	...	3,108*	...	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	55,062	-	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	138,479	+ 10.1	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
24,583	+ 7.3	7,675	+ 22.0	32,258	+ 10.5	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	5,908	- 9.4	Fleuristes	24
x	x	x	x	31,034	- 11.4	Bijouteries	25
x	x	x	x	41,464	- 3.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
25,733	+ 9.8	25,277	- 13.9	51,010	- 3.4	Magasins d'accessoires personnels	27
242,205	+ 7.2	237,433	+ 0.8	479,638	+ 3.9	Tous les autres magasins	28
2,298,047	+ 5.0	1,676,011	- 2.3	3,974,058	+ 1.8	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 11. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Saskatchewan

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	91,203	+ 3.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,060	+ 0.4
3	All other food stores	610	- 11.2	3,844	- 4.4	4,454	- 5.4
4	Department stores	60,306	- 5.3	-	-	60,306	- 5.3
5	General merchandise stores	10,947	- 14.2	1,963	- 1.4	12,910	- 12.5
6	General stores	11,398	- 8.7	15,218*	...	26,616*	- 17.3
7	Variety stores	7,066	- 4.1	641	- 6.3	7,708	- 4.3
8	Motor vehicle dealers	-	-	79,880	- 14.3	79,880	- 14.3
9	Used car dealers	-	-	2,403	+ 5.0	2,403	+ 5.0
10	Service stations	10,471	+ 23.6	34,659	+ 17.1	45,130	+ 18.5
11	Garages	-	-	4,099	+ 17.8	4,099	+ 17.8
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	16,182	+ 5.4
13	Men's clothing stores	5,840	- 3.9	3,295	+ 13.4	9,135	+ 1.6
14	Women's clothing stores	8,933	- 2.0	2,706	- 15.1	11,640	- 5.4
15	Family clothing stores	8,881	- 0.9	1,051	- 13.5	9,931	- 2.4
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	220	- 15.8
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,965	- 9.4
18	Hardware stores	x	x	x	x	7,521	- 15.8
19	Household furniture stores	-	-	3,050*	...	3,050*	...
20	Household appliance stores	-	-	2,105	- 14.7	2,105	- 14.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	3,137	- 17.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	25,253	+ 6.6
23	Book and stationery stores	3,449	- 4.3	1,822	+ 12.5	5,272	+ 0.9
24	Florists	x	x	x	x	2,198	- 4.4
25	Jewellery stores	4,764	- 6.4	7,370	+ 13.6	12,134	+ 4.7
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	9,484	- 1.5
27	Personal accessories stores	4,061	+ 25.3	4,403	- 3.2	8,464	+ 8.6
28	All other stores	34,782	- 3.5	37,138	+ 2.7	71,920	- 0.3
29	All stores	262,335	- 1.1	292,044	- 4.1	554,379	- 2.7

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 11. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Saskatchewan

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	945,356	+ 0.8	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	224,830	+ 2.2	Épicerie, confiseries et articles divers	2
4,352	- 3.3	38,713	- 8.5	43,065	- 8.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
388,971	- 1.4	-	-	388,971	- 1.4	Grands magasins	4
124,360	- 3.9	14,880	+ 14.1	139,240	- 2.2	Magasins de marchandises diverses	5
107,667	- 9.9	200,381	- 10.7	308,047	- 10.4	Magasins généraux	6
41,352	- 7.3	3,260	- 11.5	44,612	- 7.6	Bazars	7
-	-	1,175,229	+ 1.4	1,175,229	+ 1.4	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	33,374	+ 21.1	33,374	+ 21.1	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
113,721*	...	391,754	+ 16.6	505,475*	+ 20.8	Stations-service	10
-	-	45,023	+ 3.1	45,023	+ 3.1	Garages	11
x	x	x	x	145,750	+ 9.2	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
31,396	+ 3.0	23,324	+ 18.7	54,720	+ 9.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
72,391	- 4.5	27,919	+ 1.0	100,310	- 3.0	Magasins de vêtements pour dames	14
60,627	+ 2.0	9,261	- 10.3	69,888	+ 0.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	3,161	+ 0.3	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	32,683	- 3.8	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	66,447	- 5.4	Quincailleries	18
-	-	35,633	+ 2.6	35,633	+ 2.6	Magasins de meubles	19
-	-	21,933	+ 0.6	21,933	+ 0.6	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	33,524	- 0.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	225,200	+ 4.1	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
15,980	-	11,263	- 1.8	27,243	- 0.7	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	16,706	- 2.1	Fleuristes	24
19,221	- 2.0	28,153	+ 2.7	47,374	+ 0.7	Bijouteries	25
x	x	x	x	83,930	- 4.2	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
19,616	+ 13.7	28,904	+ 2.1	48,520	+ 6.5	Magasins d'accessoires personnels	27
275,459	- 5.0	442,227	+ 1.6	717,686	- 1.0	Tous les autres magasins	28
2,173,450	+ 0.9	3,410,484	+ 1.8	5,583,934	+ 1.4	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 12. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Alberta

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	220,537	+ 11.5	42,418	- 0.2	262,955	+ 9.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	18,691	+ 15.0	28,984	+ 2.2	47,675	+ 6.9
3	All other food stores	2,323	- 1.6	23,498	+ 2.4	25,821	+ 2.0
4	Department stores	235,498	+ 1.6	-	-	235,498	+ 1.6
5	General merchandise stores	18,265	+ 10.6	6,836	- 2.5	25,101	+ 6.6
6	General stores	x	x	x	x	68,773	+ 10.3
7	Variety stores	10,416	+ 11.2	1,022	- 3.5	11,438	+ 9.7
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	255,696	- 8.6
9	Used car dealers	-	-	4,817	+ 6.9	4,817	+ 6.9
10	Service stations	33,158	+ 10.7	55,729	+ 16.6	88,887	+ 14.3
11	Garages	x	x	x	x	7,025	+ 16.9
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	46,116	+ 19.2
13	Men's clothing stores	23,286	+ 1.1	13,694	+ 5.9	36,980	+ 2.8
14	Women's clothing stores	36,171	+ 1.8	6,520	- 19.5	42,691	- 2.0
15	Family clothing stores	33,376	- 0.4	5,504	+ 3.2	38,881	--
16	Specialty shoe stores	1,002*	...	2,587	+ 0.5	3,588*	- 6.7
17	Family shoe stores	9,184	- 20.0	2,092	+ 1.9	11,276	- 16.6
18	Hardware stores	x	x	x	x	15,648	- 5.9
19	Household furniture stores	x	x	x	x	14,545	+ 12.3
20	Household appliance stores	x	x	x	x	11,297	+ 6.4
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	22,799	+ 7.7
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	30,509	+ 14.7	71,216	+ 2.4	101,724	+ 5.8
23	Book and stationery stores	13,657	+ 3.1	5,161	+ 1.8	18,818	+ 2.7
24	Florists	x	x	x	x	9,840	- 0.5
25	Jewellery stores	20,707	+ 5.0	16,075	- 11.9	36,782	- 3.1
26	Sporting goods and accessories stores	16,123	+ 10.2	28,112	+ 6.8	44,235	+ 8.1
27	Personal accessories stores	28,459	+ 6.3	9,873	+ 6.5	38,332	+ 6.3
28	All other stores	162,788	+ 2.7	101,785	+ 3.0	264,573	+ 2.8
29	All stores	997,880	+ 5.1	793,930	+ 0.5	1,791,811	+ 3.0

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 12. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Alberta

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
2,225,916	+ 5.8	474,329	+ 6.2	2,700,245	+ 5.9	Épicerie - Boucheries	1
225,741	+ 4.4	336,717	+ 3.6	562,458	+ 4.0	Épicerie, confiseries et articles divers	2
10,592	- 2.0	177,355	+ 11.9	187,947	+ 11.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,523,943	+ 3.6	-	-	1,523,943	+ 3.6	Grands magasins	4
181,081	+ 6.9	76,265	+ 3.2	257,346	+ 5.8	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	688,917	+ 0.3	Magasins généraux	6
54,627	+ 8.1	6,510	+ 1.2	61,138	+ 7.3	Bazars	7
x	x	x	x	3,950,936	+ 8.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	69,043*	...	69,043*	...	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
382,397	+ 6.3	634,518	+ 7.6	1,016,915	+ 7.1	Stations-service	10
x	x	x	x	92,971	+ 8.1	Garages	11
x	x	x	x	427,057	+ 9.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
134,208	+ 8.9	91,859	- 5.1	226,067	+ 2.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
269,511	+ 4.4	76,585	- 1.5	346,096	+ 3.0	Magasins de vêtements pour dames	14
215,216	+ 1.6	52,401	+ 7.2	267,617	+ 2.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
10,617	- 19.4	28,577	+ 9.4	39,194	- 0.2	Magasins de chaussures spécialisées	16
77,608	+ 3.4	21,757	- 3.5	99,365	+ 1.8	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	162,178	+ 2.6	Quincailleries	18
x	x	x	x	157,854	+ 24.8	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	106,124	+ 4.7	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	215,040	+ 19.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
230,868	+ 14.4	662,543	+ 9.7	893,411	+ 10.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
65,251	- 2.2	33,237	+ 3.9	98,488	- 0.2	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	70,929	+ 6.9	Fleuristes	24
75,814	+ 8.9	76,148	- 15.2	151,961	- 4.6	Bijouteries	25
83,616	+ 14.7	260,025	+ 12.9	343,641	+ 13.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
140,966	+ 21.7	72,746	+ 4.0	213,712	+ 15.0	Magasins d'accessoires personnels	27
1,093,938	+ 6.1	1,081,679	+ 12.1	2,175,617	+ 9.0	Tous les autres magasins	28
7,839,281	+ 5.1	9,266,927	+ 9.0	17,106,208	+ 7.2	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 13. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

British Columbia

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	313,705	+ 17.7	109,840	+ 2.1	423,545	+ 13.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	20,127	+ 4.5	49,689	+ 4.6	69,816	+ 4.6
3	All other food stores	8,920	+ 0.1	31,767	+ 7.3	40,688	+ 5.7
4	Department stores	311,774	+ 7.2	-	-	311,774	+ 7.2
5	General merchandise stores	16,757	+ 12.4	7,012	+ 1.0	23,769	+ 8.8
6	General stores	x	x	x	x	13,644	+ 8.0
7	Variety stores	11,924	+ 2.5	1,847	+ 6.5	13,772	+ 3.0
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	308,172	+ 7.8
9	Used car dealers	-	-	12,544	+ 8.9	12,544	+ 8.9
10	Service stations	51,004	+ 14.0	85,830	+ 19.1	136,834	+ 17.1
11	Garages	-	-	14,910	+ 13.3	14,910	+ 13.3
12	Automotive parts and accessories stores	12,731	+ 9.6	21,766	+ 7.4	34,497	+ 8.2
13	Men's clothing stores	19,386	+ 0.7	9,364	+ 1.7	28,750	+ 1.0
14	Women's clothing stores	37,342	+ 8.1	17,856	+ 4.3	55,197	+ 6.8
15	Family clothing stores	32,845	- 1.1	10,995	+ 15.7	43,839	+ 2.6
16	Specialty shoe stores	2,006	+ 34.2	2,305	+ 5.3	4,311	+ 17.1
17	Family shoe stores	9,443	+ 0.4	4,899	- 7.6	14,342	- 2.4
18	Hardware stores	x	x	x	x	16,934	- 1.1
19	Household furniture stores	x	x	x	x	25,423*	...
20	Household appliance stores	332	+ 1.9	4,748	+ 12.0	5,080	+ 11.3
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	20,419	+ 28.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	62,988	+ 16.1	63,787	+ 2.0	126,774	+ 8.6
23	Book and stationery stores	11,917	- 3.1	8,345	+ 7.1	20,262	+ 0.8
24	Florists	x	x	x	x	10,718	+ 16.4
25	Jewellery stores	20,820	+ 10.5	25,349	+ 6.1	46,169	+ 8.0
26	Sporting goods and accessories stores	19,640	+ 27.6	33,740	+ 7.0	53,381	+ 13.7
27	Personal accessories stores	22,301	+ 7.1	32,829	+ 7.5	55,130	+ 7.4
28	All other stores	177,418	+ 5.7	139,943	+ 13.2	317,361	+ 8.9
29	All stores	1,196,637	+ 10.6	1,051,417	+ 8.4	2,248,054	+ 9.6

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 13. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Colombie-Britannique

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
2,883,463	+ 10.4	1,164,741	+ 3.6	4,048,204	+ 8.3	Épicerie - Boucheries	1
237,306	- 2.6	576,165	+ 3.8	813,471	+ 1.8	Épicerie, confiseries et articles divers	2
50,741	- 4.3	314,943	+ 9.8	365,684	+ 7.6	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,916,313	+ 7.1	-	-	1,916,313	+ 7.1	Grands magasins	4
171,164	+ 8.7	67,391	+ 5.6	238,555	+ 7.8	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	143,245	+ 6.0	Magasins généraux	6
68,142	- 1.0	11,156	+ 8.2	79,297	+ 0.1	Bazars	7
x	x	x	x	4,157,667	+ 10.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	176,533	+ 18.2	176,533	+ 18.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
581,731	+ 8.5	1,021,371	+ 16.1	1,603,102	+ 13.2	Stations-service	10
-	-	188,488	+ 18.5	188,488	+ 18.5	Garages	11
116,519	+ 7.4	195,766	+ 6.7	312,285	+ 7.0	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
103,347	+ 5.4	60,430	+ 8.5	163,777	+ 6.5	Magasins de vêtements pour hommes	13
247,785	+ 5.4	164,766	+ 19.6	412,550	+ 10.6	Magasins de vêtements pour dames	14
198,852	+ 1.1	81,117	+ 11.2	279,969	+ 3.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
15,215*	...	23,323	+ 4.4	38,538*	+ 15.5	Magasins de chaussures spécialisées	16
70,480	+ 11.6	41,145	+ 5.1	111,625	+ 9.1	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	153,934	+ 15.0	Quincailleries	18
x	x	x	x	229,287	+ 20.8	Magasins de meubles	19
3,579	- 18.1	45,225	+ 16.1	48,804	+ 12.7	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	176,322	+ 32.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
414,702	+ 6.1	557,872	+ 3.4	972,574	+ 4.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
50,698	+ 0.8	62,918	+ 18.6	113,616	+ 10.0	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	74,397	+ 23.9	Fleuristes	24
72,966	+ 10.6	103,749	+ 5.6	176,715	+ 7.6	Bijouteries	25
101,511	+ 33.9	327,981	+ 25.1	429,492	+ 27.1	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
120,288	+ 10.5	279,972	+ 27.9	400,261	+ 22.2	Magasins d'accessoires personnels	27
1,270,185	+ 8.6	1,418,259	+ 16.5	2,688,444	+ 12.7	Tous les autres magasins	28
9,027,324	+ 8.3	11,485,826	+ 11.7	20,513,150	+ 10.2	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 14. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Metropolitan Vancouver

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	202,111	+ 19.1
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	40,343	+ 1.2
3	All other food stores	6,298	- 3.0	19,709	+ 6.3	26,007	+ 3.8
4	Department stores	175,097	+ 5.4	-	-	175,097	+ 5.4
5	General merchandise stores	x	x	x	x	7,434	+ 1.7
6	General stores	-	-	179	+ 11.5	179	+ 11.5
7	Variety stores	x	x	x	x	1,377	+ 9.2
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	176,730	+ 8.1
9	Used car dealers	-	-	5,159	+ 25.6	5,159	+ 25.6
10	Service stations	23,245	+ 7.9	32,001	+ 16.3	55,246	+ 12.7
11	Garages	-	-	7,054	+ 8.0	7,054	+ 8.0
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	14,640	+ 7.7
13	Men's clothing stores	14,007	- 0.8	4,718	+ 9.8	18,725	+ 1.6
14	Women's clothing stores	22,928	+ 7.3	10,551	- 4.4	33,479	+ 3.3
15	Family clothing stores	15,815	- 3.5	5,306	+ 18.6	21,121	+ 1.2
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	2,274	+ 15.3
17	Family shoe stores	x	x	x	x	8,247	+ 1.8
18	Hardware stores	x	x	x	x	5,154	+ 4.8
19	Household furniture stores	6,162*	...	10,421	+ 18.6	16,583*	...
20	Household appliance stores	x	x	x	x	2,398	+ 6.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	12,774	+ 33.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	63,698	+ 4.3
23	Book and stationery stores	7,398	+ 7.4	3,393	+ 7.1	10,791	+ 7.3
24	Florists	x	x	x	x	4,700	+ 13.3
25	Jewellery stores	12,017	+ 7.0	17,770	+ 14.1	29,787	+ 11.1
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	29,238	+ 13.9
27	Personal accessories stores	15,292	+ 5.0	18,533	+ 1.0	33,826	+ 2.8
28	All other stores	97,942	+ 6.8	64,042	+ 6.1	161,984	+ 6.5
29	All stores	674,344	+ 10.8	491,810	+ 7.2	1,166,154	+ 9.3

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 14. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Zone métropolitaine de Vancouver

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	1,837,042	+ 14.5	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	475,194	- 0.1	Épicerie, confiseries et articles divers	2
40,290	- 5.5	188,815	+ 6.7	229,105	+ 4.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,092,116	+ 5.5	-	-	1,092,116	+ 5.5	Grands magasins	4
x	x	x	x	72,043	+ 9.0	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	1,842	- 0.5	1,842	- 0.5	Magasins généraux	6
x	x	x	x	8,032	+ 23.4	Bazars	7
x	x	x	x	2,348,030	+ 12.8	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	65,808	+ 9.5	65,808	+ 9.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
254,975	+ 2.6	351,633	+ 10.6	606,608	+ 7.1	Stations-service	10
-	-	95,319	+ 8.8	95,319	+ 8.8	Garages	11
x	x	x	x	147,217	+ 10.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
76,871	+ 5.1	29,150	+ 12.0	106,021	+ 6.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
153,268	+ 3.3	113,017	+ 19.5	266,285	+ 9.6	Magasins de vêtements pour dames	14
89,381	-	39,256	+ 11.7	128,637	+ 3.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	20,533	+ 21.9	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	62,363	+ 8.9	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	52,580	+ 25.1	Quincailleries	18
58,965	+ 20.1	93,233	+ 21.5	152,198	+ 21.0	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	23,349	+ 3.6	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	114,653	+ 21.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	510,604	+ 0.7	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
32,177	+ 10.8	22,512	+ 17.2	54,688	+ 13.3	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	33,768	+ 10.2	Fleuristes	24
42,804	+ 9.3	70,852	+ 9.2	113,656	+ 9.3	Bijouteries	25
x	x	x	x	241,180	+ 33.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
88,639	+ 10.0	174,605*	...	263,244*	+ 26.9	Magasins d'accessoires personnels	27
701,727	+ 12.5	650,109	+ 14.7	1,351,836	+ 13.6	Tous les autres magasins	28
5,054,912	+ 10.5	5,419,037	+ 11.6	10,473,949	+ 11.0	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 15. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Yukon and Northwest Territories

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	-	-	6,973	+ 0.5	6,973	+ 0.5
2	Grocery confectionery and sundries stores	-	-	1,503	+ 1.1	1,503	+ 1.1
3	All other food stores	-	-	406	+ 12.0	406	+ 12.0
4	Department stores	-	-	-	-	-	-
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	x	x	x	x	16,872	+ 3.7
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	3,259	- 6.2	3,259	- 6.2
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	-	-	1,300*	...	1,300*	...
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	448	+ 27.5
13	Men's clothing stores	-	-	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	-	-	150	+ 5.4	150	+ 5.4
15	Family clothing stores	x	x	x	x	361	- 7.1
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	-	-	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	736	+ 16.9	736	+ 16.9
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	-	-	1,922	- 3.0	1,922	- 3.0
23	Book and stationery stores	-	-	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	-	-	908	+ 1.2	908	+ 1.2
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	1,509	- 3.3
28	All other stores	x	x	x	x	6,104	+ 9.0
29	All stores	22,091	+ 4.1	27,320	+ 1.5	49,411	+ 2.7

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 15. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Yukon et Territoires du Nord-Ouest

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
-	-	79,247	+ 6.7	79,247	+ 6.7	Épicerie - Boucheries	1
-	-	18,473	+ 17.4	18,473	+ 17.4	Épicerie, confiseries et articles divers	2
-	-	4,259*	...	4,259*	...	Tous les autres magasins d'aliments	3
-	-	-	-	-	-	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	146,798	+ 7.3	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	48,009	- 7.7	48,009	- 7.7	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
-	-	21,171	- 2.5	21,171	- 2.5	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	6,091	+ 0.1	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
-	-	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
-	-	1,203	- 12.0	1,203	- 12.0	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	2,921	- 0.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	6,650	+ 3.3	6,650	+ 3.3	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	x	x	x	x	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
-	-	18,788	+ 4.9	18,788	+ 4.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
-	-	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
-	-	9,058	+ 5.4	9,058	+ 5.4	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	11,635	+ 25.3	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	49,371	+ 6.2	Tous les autres magasins	28
184,232	+ 4.9	292,711	+ 6.2	476,943	+ 5.7	Ensemble des magasins	29

PRELIMINARY ESTIMATES

TABLE 16. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Canada

December - 1989 - Décembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	1,853,136	+ 0.2	993,855	+ 3.0	2,846,991	+ 1.2
2	Grocery confectionery and sundries stores	178,794	+ 3.2	549,206	+ 1.8	728,000	+ 2.1
3	All other food stores	48,508	- 1.4	289,162	+ 3.1	337,670	+ 2.4
4	Department stores	2,180,388	- 0.2	-	-	2,180,388	- 0.2
5	General merchandise stores	259,635	- 2.4	97,561	+ 4.5	357,197	- 0.6
6	General stores	112,553	+ 3.3	131,904	+ 0.3	244,457	+ 1.6
7	Variety stores	141,012	- 1.4	19,498	- 5.9	160,510	- 1.9
8	Motor vehicle dealers	30,403	- 2.2	2,381,721	- 7.4	2,412,124	- 7.3
9	Used car dealers	-	-	81,130	- 6.2	81,130	- 6.2
10	Service stations	373,751	+ 14.1	810,031	+ 8.5	1,183,783	+ 10.2
11	Garages	x	x	x	x	161,903	+ 12.0
12	Automotive parts and accessories stores	24,763	+ 5.5	450,022	+ 6.6	474,785	+ 6.6
13	Men's clothing stores	188,392	+ 5.3	111,130	- 4.4	299,522	+ 1.5
14	Women's clothing stores	326,759	+ 1.9	127,971	+ 0.3	454,731	+ 1.5
15	Family clothing stores	292,364	+ 4.3	95,973	- 0.1	388,337	+ 3.2
16	Specialty shoe stores	19,348	- 15.2	15,428	+ 9.4	34,776	- 5.7
17	Family shoe stores	122,858	- 1.9	36,698	- 5.7	159,556	- 2.8
18	Hardware stores	34,747	- 6.8	155,543	- 2.0	190,290	- 2.9
19	Household furniture stores	49,499	+ 10.3	155,409	- 3.1	204,908	- 0.1
20	Household appliance stores	6,727	- 15.2	63,662	- 6.9	70,389	- 7.8
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	97,947	- 9.5	72,935	+ 5.4	170,882	- 3.7
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	288,677	+ 3.8	593,780	+ 4.6	882,457	+ 4.3
23	Book and stationery stores	110,043	+ 1.1	81,353	+ 4.9	191,395	+ 2.7
24	Florists	x	x	x	x	82,474	- 1.8
25	Jewellery stores	160,116	- 0.7	137,444	- 2.9	297,560	- 1.7
26	Sporting goods and accessories stores	127,514	+ 10.6	225,858	+ 9.9	353,372	+ 10.2
27	Personal accessories stores	222,176	+ 5.1	203,144	+ 2.4	425,320	+ 3.8
28	All other stores	1,501,824	+ 0.5	1,033,082	+ 3.5	2,534,906	+ 1.7
29	All stores	8,755,696	+ 1.1	9,154,118	+ 0.3	17,909,814	+ 0.7

ESTIMATIONS PRÉLIMINAIRES

TABLEAU 16. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Canada

January-December - 1989 - Janvier-Décembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
18,581,475	+ 3.3	10,701,828	+ 7.8	29,283,302	+ 4.9	Épicerie - Boucheries	1
2,138,828	+ 0.5	6,236,545	+ 1.2	8,375,373	+ 1.0	Épicerie, confiseries et articles divers	2
337,434	+ 6.5	2,822,569	+ 5.3	3,160,003	+ 5.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
13,755,756	+ 3.6	-	-	13,755,756	+ 3.6	Grands magasins	4
2,387,061	+ 2.4	867,644	+ 11.3	3,254,706	+ 4.6	Magasins de marchandises diverses	5
1,002,975	- 1.0	1,483,201	+ 5.8	2,486,176	+ 2.9	Magasins généraux	6
863,273	- 4.8	147,339	- 1.4	1,010,611	- 4.3	Bazars	7
444,738	+ 0.4	36,161,759	+ 1.9	36,606,497	+ 1.9	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	1,248,517	+ 4.9	1,248,517	+ 4.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
4,079,799	+ 10.5	9,439,641	+ 4.4	13,519,440	+ 6.1	Stations-service	10
x	x	x	x	1,947,897	+ 3.6	Garages	11
240,015	+ 1.2	3,895,751	+ 10.3	4,135,766	+ 9.7	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
1,037,394	+ 5.9	738,158	- 0.2	1,775,552	+ 3.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
2,336,758	+ 2.5	1,127,464	+ 2.8	3,464,222	+ 2.6	Magasins de vêtements pour dames	14
1,810,978	+ 7.0	758,295	+ 8.2	2,569,273	+ 7.3	Magasins de vêtements pour la famille	15
178,461	- 2.3	159,726	+ 20.7	338,186	+ 7.3	Magasins de chaussures spécialisées	16
991,610	+ 6.2	357,098	+ 1.8	1,348,708	+ 5.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
294,344	+ 3.3	1,687,864	+ 9.6	1,982,208	+ 8.6	Quincailleries	18
512,151	+ 5.9	1,653,863	+ 6.6	2,166,014	+ 6.4	Magasins de meubles	19
76,052	+ 8.6	638,176	+ 1.7	714,228	+ 2.4	Magasins d'appareils ménagers	20
1,058,354	+ 8.4	757,064	+ 2.2	1,815,418	+ 5.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
2,507,724	+ 10.2	5,577,853	+ 7.5	8,085,578	+ 8.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
529,658	+ 4.2	552,732	+ 8.2	1,082,390	+ 6.2	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	666,110	+ 8.2	Fleuristes	24
589,317	+ 2.7	639,443	- 0.2	1,228,760	+ 1.1	Bijouteries	25
643,855	+ 13.2	2,268,311	+ 8.0	2,912,166	+ 9.1	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
1,178,328	+ 10.2	1,644,890	+ 9.3	2,823,219	+ 9.7	Magasins d'accessoires personnels	27
10,236,451	+ 4.5	10,752,202	+ 7.8	20,988,653	+ 6.2	Tous les autres magasins	28
67,847,114	+ 4.3	104,897,613	+ 4.7	172,744,728	+ 4.6	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 17. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Newfoundland - Terre-Neuve

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	38,889	+ 9.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	32,104	+ 7.9
3	All other food stores	x	x	x	x	3,163*	...
4	Department stores	20,532	+ 0.9	-	-	20,532	+ 0.9
5	General merchandise stores	x	x	x	x	17,447	+ 3.9
6	General stores	x	x	x	x	9,260	+ 7.4
7	Variety stores	x	x	x	x	8,178	- 6.5
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	41,961	+ 9.8
9	Used car dealers	-	-	696*	...	696*	...
10	Service stations	x	x	x	x	27,780	+ 6.1
11	Garages	-	-	1,524	- 8.5	1,524	- 8.5
12	Automotive parts and accessories stores	-	-	8,750	- 0.2	8,750	- 0.2
13	Men's clothing stores	x	x	x	x	1,732	+ 7.9
14	Women's clothing stores	4,430	+ 12.0	556*	...	4,986*	+ 15.4
15	Family clothing stores	7,557	+ 0.4	2,924	- 19.9	10,481	- 6.2
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	x	x
17	Family shoe stores	x	x	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	4,021	+ 19.6	4,021	+ 19.6
19	Household furniture stores	x	x	x	x	3,384	+ 12.4
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	6,466*	...	488	- 6.6	6,954*	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	3,008	+ 11.5	15,479	+ 14.1	18,487	+ 13.7
23	Book and stationery stores	x	x	x	x	722	+ 10.9
24	Florists	x	x	x	x	x	x
25	Jewellery stores	1,216	- 2.0	601	+ 0.6	1,818	- 1.2
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	1,707	- 2.8
27	Personal accessories stores	815	+ 13.3	1,001	+ 8.4	1,816	+ 10.5
28	All other stores	9,890	- 3.5	16,999	+ 19.4	26,889	+ 9.8
29	All stores	126,065	+ 5.2	169,533	+ 9.4	295,598	+ 7.6

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 17. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard

November - 1989 - Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	8,605	+ 12.9	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	2,687	+ 27.8	Épiceries, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	314	- 14.0	Tous les autres magasins d'aliments	3
9,493	- 1.7	-	-	9,493	- 1.7	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	1,456	- 1.3	1,456	- 1.3	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	12,309	- 7.2	12,309	- 7.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	x	x	x	x	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	4,328	+ 12.1	Stations-service	10
-	-	x	x	x	x	Garages	11
x	x	x	x	2,680	+ 8.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
x	x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes	13
404	- 6.8	475	- 19.8	879	- 14.3	Magasins de vêtements pour dames	14
x	x	x	x	750	- 13.6	Magasins de vêtements pour la famille	15
-	-	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	1,101	+ 20.9	1,101	+ 20.9	Quincailleries	18
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles	19
-	-	410	+ 4.8	410	+ 4.8	Magasins d'appareils ménagers	20
-	-	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	3,998	+ 9.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
x	x	x	x	x	x	Librairies et papeteries	23
-	-	x	x	x	x	Fleuristes	24
x	x	x	x	x	x	Bijouteries	25
x	x	x	x	595	+ 12.8	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
x	x	x	x	576	+ 3.5	Magasins d'accessoires personnels	27
x	x	x	x	7,331	+ 4.1	Tous les autres magasins	28
23,615	+ 2.7	39,927	+ 2.6	63,542	+ 2.6	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 18. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Nova Scotia - Nouvelle-Écosse

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		Ali stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	104,456	+ 10.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	16,725	+ 2.3
3	All other food stores	x	x	x	x	5,507	+ 5.6
4	Department stores	57,654	+ 2.7	-	-	57,654	+ 2.7
5	General merchandise stores	20,082	- 2.9	2,557	+ 0.4	22,638	- 2.5
6	General stores	-	-	5,865	+ 1.5	5,865	+ 1.5
7	Variety stores	5,652	- 19.2	351	- 14.8	6,003	- 19.0
8	Motor vehicle dealers	-	-	92,039	+ 6.1	92,039	+ 6.1
9	Used car dealers	-	-	3,221	- 2.0	3,221	- 2.0
10	Service stations	x	x	x	x	43,588	+ 11.5
11	Garages	-	-	2,054*	...	2,054*	...
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	15,170	+ 12.1
13	Men's clothing stores	3,500	+ 0.7	2,904	+ 7.0	6,405	+ 3.4
14	Women's clothing stores	5,620	- 6.3	3,298	+ 3.9	8,918	- 2.7
15	Family clothing stores	3,115	+ 16.5	3,820	- 6.2	6,935	+ 2.7
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	621	- 2.3
17	Family shoe stores	x	x	x	x	2,674	+ 2.1
18	Hardware stores	-	-	4,693	+ 8.4	4,693	+ 8.4
19	Household furniture stores	x	x	x	x	3,688	+ 8.8
20	Household appliance stores	x	x	x	x	988	- 2.8
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	2,927	- 5.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	31,368	+ 8.6
23	Book and stationery stores	2,511	+ 3.0	1,796	+ 17.4	4,307	+ 8.5
24	Florists	x	x	x	x	1,226	+ 5.2
25	Jewellery stores	3,092	--	408	- 8.0	3,500	- 0.9
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	4,250	+ 16.8
27	Personal accessories stores	1,621	+ 3.8	5,040	- 8.6	6,661	- 5.8
28	All other stores	29,736	+ 8.0	33,900	+ 15.5	63,636	+ 11.9
29	All stores	225,764	+ 2.6	301,953	+ 9.0	527,717	+ 6.2

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 18. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

New Brunswick - Nouveau-Brunswick

November - 1989 - Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	62,352	+ 5.1	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	16,184	+ 11.6	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	4,221	- 1.6	Tous les autres magasins d'aliments	3
37,201	+ 0.3	-	-	37,201	+ 0.3	Grands magasins	4
13,699	- 0.6	4,049	+ 11.3	17,749	+ 1.8	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	11,963	+ 6.3	11,963	+ 6.3	Magasins généraux	6
5,065	- 19.1	431*	...	5,496*	- 19.7	Bazars	7
x	x	x	x	61,103	- 3.1	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	2,712	- 14.2	2,712	- 14.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
2,474	+ 30.4	37,013	+ 12.0	39,487	+ 13.0	Stations-service	10
-	-	3,501	+ 24.8	3,501	+ 24.8	Garages	11
-	-	12,109	+ 11.9	12,109	+ 11.9	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
2,287	- 2.3	1,714	+ 21.0	4,002	+ 6.4	Magasins de vêtements pour hommes	13
5,002	- 8.7	2,480	+ 9.1	7,482	- 3.5	Magasins de vêtements pour dames	14
4,721	+ 29.7	1,832	+ 11.8	6,553	+ 24.1	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	x	x	Magasins de chaussures pour la famille	17
-	-	5,287	+ 6.4	5,287	+ 6.4	Quincailleries	18
x	x	x	x	5,534	+ 1.1	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	1,015	- 3.3	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	x	x	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
1,986	+ 10.9	22,397	+ 11.6	24,383	+ 11.5	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
1,595	- 2.6	814*	...	2,409*	+ 10.4	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	1,187	+ 4.3	Fleuristes	24
2,191	+ 3.6	1,116*	...	3,307*	- 11.3	Bijouteries	25
x	x	x	x	4,274*	...	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
1,165	- 0.6	1,776	+ 1.8	2,941	+ 0.8	Magasins d'accessoires personnels	27
17,280	+ 4.6	19,830	- 2.2	37,110	+ 0.8	Tous les autres magasins	28
150,073	+ 2.9	235,121	+ 4.9	385,193	+ 4.1	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 19. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Quebec

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	554,185	+ 5.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	237,305	- 8.2
3	All other food stores	4,574	- 6.8	94,067	+ 7.6	98,641	+ 6.8
4	Department stores	268,394	+ 3.9	-	-	268,394	+ 3.9
5	General merchandise stores	x	x	x	x	45,584	- 2.3
6	General stores	x	x	x	x	38,230	+ 10.3
7	Variety stores	x	x	x	x	28,117	- 4.3
8	Motor vehicle dealers	-	-	661,064	- 1.8	661,064	- 1.8
9	Used car dealers	-	-	28,402	- 0.6	28,402	- 0.6
10	Service stations	64,678	+ 3.0	269,194	+ 9.5	333,872	+ 8.2
11	Garages	-	-	66,578	+ 5.3	66,578	+ 5.3
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	80,068	+ 5.7
13	Men's clothing stores	19,139	+ 2.2	19,181	- 5.3	38,321	- 1.7
14	Women's clothing stores	48,170	- 1.6	33,921	+ 5.7	82,091	+ 1.3
15	Family clothing stores	53,747	+ 13.4	32,700	+ 10.1	86,447	+ 12.1
16	Specialty shoe stores	6,768	+ 13.7	6,291*	...	13,059*	+ 34.4
17	Family shoe stores	43,273	+ 23.9	12,595	+ 7.6	55,869	+ 19.8
18	Hardware stores	x	x	x	x	59,546	+ 6.1
19	Household furniture stores	13,078	- 2.4	45,137	+ 1.5	58,215	+ 0.6
20	Household appliance stores	-	-	16,754	+ 6.8	16,754	+ 6.8
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	17,732	+ 14.9	32,078	- 1.1	49,810	+ 4.0
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	32,828	- 14.9	104,587	+ 11.4	137,415	+ 3.7
23	Book and stationery stores	6,826	+ 7.0	18,487	+ 2.9	25,313	+ 3.9
24	Florists	-	-	10,101	- 3.1	10,101	- 3.1
25	Jewellery stores	5,947	- 5.5	10,923	- 0.9	16,870	- 2.6
26	Sporting goods and accessories stores	5,947	- 2.0	55,437	+ 16.3	61,384	+ 14.2
27	Personal accessories stores	23,777	- 2.2	36,171	+ 12.7	59,948	+ 6.2
28	All other stores	173,082	- 1.4	222,309	+ 4.2	395,391	+ 1.7
29	All stores	1,105,853	+ 2.6	2,501,121	+ 2.8	3,606,974	+ 2.7

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 19. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Metropolitan Montreal - Zone métropolitaine de Montréal

November - 1989 - Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	263,410	+ 4.8	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	91,342	+ 0.5	Épiceries, confiseries et articles divers	2
1,917	- 3.3	52,367	+ 9.9	54,284	+ 9.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
148,108	+ 1.6	-	-	148,108	+ 1.6	Grands magasins	4
x	x	x	x	12,397	+ 2.6	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	6,770*	...	6,770*	...	Magasins généraux	6
x	x	x	x	8,638	- 3.1	Bazars	7
-	-	288,514	- 4.3	288,514	- 4.3	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	8,479	- 16.9	8,479	- 16.9	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
32,599	+ 9.4	84,916	+ 2.7	117,515	+ 4.5	Stations-service	10
-	-	16,315	+ 18.9	16,315	+ 18.9	Garages	11
x	x	x	x	29,863	+ 8.7	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
13,681	+ 5.6	6,483	- 4.9	20,165	+ 1.9	Magasins de vêtements pour hommes	13
26,455	- 0.1	13,935	+ 4.1	40,390	+ 1.3	Magasins de vêtements pour dames	14
28,203	+ 4.8	8,993	+ 23.4	37,196	+ 8.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
5,018	+ 15.2	4,171*	...	9,189*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
22,588	+ 25.0	7,077	+ 2.0	29,665	+ 18.6	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	29,104	+ 4.6	Quincailleries	18
7,827	+ 0.8	18,287	- 0.8	26,113	- 0.3	Magasins de meubles	19
-	-	6,494	- 12.5	6,494	- 12.5	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	19,747	+ 3.5	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
21,557	- 15.3	47,789	+ 10.4	69,346	+ 0.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
4,292	+ 13.0	10,100	+ 11.4	14,392	+ 11.9	Librairies et papeteries	23
-	-	4,915	- 9.1	4,915	- 9.1	Fleuristes	24
4,350	+ 2.4	4,233	- 7.2	8,583	- 2.6	Bijouteries	25
4,029	- 6.3	12,202	- 11.3	16,231	- 10.1	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
15,422	- 4.4	16,743	+ 26.1	32,165	+ 9.3	Magasins d'accessoires personnels	27
120,754	- 4.2	95,192	+ 3.5	215,947	- 0.9	Tous les autres magasins	28
633,587	+ 1.3	991,689	+ 2.2	1,625,276	+ 1.8	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 20. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Ontario

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	592,171	+ 5.4	304,154	+ 18.3	896,324	+ 9.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	111,628	- 2.2	106,020	+ 5.6	217,647	+ 1.4
3	All other food stores	14,809	+ 11.4	79,123	+ 3.0	93,932	+ 4.2
4	Department stores	643,691	+ 6.3	-	-	643,691	+ 6.3
5	General merchandise stores	134,078	+ 1.6	38,775	+ 27.3	172,853	+ 6.4
6	General stores	x	x	x	x	22,212	+ 3.5
7	Variety stores	23,789	- 5.2	3,547	- 4.3	27,336	- 5.1
8	Motor vehicle dealers	-	-	1,259,043	- 0.3	1,259,043	- 0.3
9	Used car dealers	-	-	36,877	- 6.7	36,877	- 6.7
10	Service stations	155,439	+ 12.3	213,674	+ 2.2	369,113	+ 6.2
11	Garages	x	x	x	x	71,702	+ 7.7
12	Automotive parts and accessories stores	3,584	- 6.9	173,610	+ 8.1	177,195	+ 7.8
13	Men's clothing stores	54,500	+ 3.2	30,531	+ 3.6	85,031	+ 3.3
14	Women's clothing stores	91,045	+ 2.8	31,369	- 0.6	122,414	+ 1.9
15	Family clothing stores	55,098	+ 12.0	14,250	+ 7.5	69,348	+ 11.1
16	Specialty shoe stores	6,539	+ 12.9	3,115	+ 6.5	9,655	+ 10.7
17	Family shoe stores	38,127	+ 23.6	14,408	+ 9.3	52,535	+ 19.3
18	Hardware stores	x	x	x	x	59,073	+ 6.4
19	Household furniture stores	19,905	+ 3.0	58,763	- 4.1	78,668	- 2.3
20	Household appliance stores	6,473	+ 3.6	24,732	+ 6.6	31,205	+ 5.9
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	41,933	- 4.2	12,045	+ 0.6	53,978	- 3.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	100,213	+ 4.0	169,342	+ 11.6	269,555	+ 8.6
23	Book and stationery stores	23,021	+ 2.4	18,374	+ 12.0	41,394	+ 6.4
24	Florists	1,097	- 1.5	20,727	- 3.5	21,824	- 3.4
25	Jewellery stores	26,377	+ 5.7	22,487	- 3.9	48,864	+ 1.0
26	Sporting goods and accessories stores	27,843	+ 14.8	35,077	- 6.8	62,920	+ 1.6
27	Personal accessories stores	62,741	+ 9.1	59,461	+ 0.1	122,203	+ 4.5
28	All other stores	403,357	+ 5.2	351,972	+ 2.5	755,329	+ 3.9
29	All stores	2,652,059	+ 5.5	3,219,863	+ 3.5	5,871,922	+ 4.3

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 20. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Metropolitan Toronto - Zone métropolitaine de Toronto

November - 1989 - Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
237,673	+ 6.9	69,800	+ 9.1	307,473	+ 7.4	Épiceries - Boucheries	1
32,402	+ 4.4	33,629	+ 12.8	66,031	+ 8.5	Épiceries, confiseries et articles divers	2
6,409	+ 23.4	46,641	+ 5.7	53,050	+ 7.6	Tous les autres magasins d'aliments	3
246,679	+ 3.4	-	-	246,679	+ 3.4	Grands magasins	4
36,394	+ 2.4	8,178	- 0.7	44,572	+ 1.8	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	593	+ 6.0	593	+ 6.0	Magasins généraux	6
4,496	- 6.0	354	+ 0.9	4,850	- 5.5	Bazars	7
-	-	520,907	- 3.4	520,907	- 3.4	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	9,083*	...	9,083*	...	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
68,953	+ 15.6	77,635	+ 9.9	146,588	+ 12.5	Stations-service	10
-	-	21,127	+ 16.7	21,127	+ 16.7	Garages	11
x	x	x	x	49,834	+ 6.2	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
28,842	- 0.3	11,736	- 3.9	40,578	- 1.4	Magasins de vêtements pour hommes	13
43,187	+ 2.1	14,989	+ 13.6	58,176	+ 4.8	Magasins de vêtements pour dames	14
28,427	+ 16.4	4,417	- 0.9	32,844	+ 13.7	Magasins de vêtements pour la famille	15
4,132	+ 11.4	1,826	+ 4.6	5,958	+ 9.2	Magasins de chaussures spécialisées	16
19,577	+ 23.7	6,509	+ 0.8	26,086	+ 17.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	14,131	+ 10.2	Quincailleries	18
13,857	+ 6.5	10,879	- 16.4	24,736	- 4.9	Magasins de meubles	19
5,326	+ 1.8	9,564	- 7.4	14,890	- 4.3	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	26,043	- 10.2	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
28,465	- 2.0	74,647	+ 13.3	103,112	+ 8.6	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
11,018	+ 6.4	7,585	+ 13.8	18,603	+ 9.3	Librairies et papeteries	23
394	+ 13.6	7,714	+ 1.9	8,108	+ 2.4	Fleuristes	24
9,951	+ 1.1	10,006	- 12.8	19,957	- 6.4	Bijouteries	25
14,820	+ 13.7	6,200	- 1.6	21,020	+ 8.7	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
31,968	+ 7.7	30,794	+ 9.0	62,762	+ 8.4	Magasins d'accessoires personnels	27
155,000	+ 10.1	154,291	+ 5.9	309,291	+ 8.0	Tous les autres magasins	28
1,055,214	+ 6.2	1,201,869	+ 1.8	2,257,083	+ 3.8	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 21. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Manitoba

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	115,567	+ 3.5
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,945	- 4.7
3	All other food stores	810	- 0.2	5,237	+ 15.4	6,047	+ 13.0
4	Department stores	64,473	+ 3.9	-	-	64,473	+ 3.9
5	General merchandise stores	x	x	x	x	16,345	- 5.2
6	General stores	x	x	x	x	16,571	- 6.0
7	Variety stores	x	x	x	x	4,063	- 5.9
8	Motor vehicle dealers	-	-	91,680	+ 1.5	91,680	+ 1.5
9	Used car dealers	-	-	3,969	+ 17.4	3,969	+ 17.4
10	Service stations	13,698	+ 1.5	33,275	- 4.0	46,973	- 2.4
11	Garages	-	-	3,406	+ 15.4	3,406	+ 15.4
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	10,557	+ 6.3
13	Men's clothing stores	4,824	+ 9.1	1,416	- 1.7	6,240	+ 6.4
14	Women's clothing stores	8,405	- 2.1	948*	...	9,353*	- 5.5
15	Family clothing stores	7,448	+ 8.0	718	- 5.1	8,166	+ 6.7
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	458*	...
17	Family shoe stores	x	x	x	x	3,657	+ 18.2
18	Hardware stores	x	x	x	x	5,397	- 2.2
19	Household furniture stores	x	x	x	x	6,464	- 0.5
20	Household appliance stores	-	-	755	+ 10.7	755	+ 10.7
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	4,546	+ 2.2	2,200	+ 15.6	6,746	+ 6.2
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	19,492	+ 5.3
23	Book and stationery stores	2,537	+ 1.9	1,375	- 6.8	3,912	- 1.3
24	Florists	x	x	x	x	1,175	- 9.7
25	Jewellery stores	2,617	+ 2.5	1,419	- 3.0	4,036	+ 0.4
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	6,684	+ 11.8
27	Personal accessories stores	3,075	- 0.5	2,475	- 16.8	5,550	- 8.5
28	All other stores	24,813	- 4.2	31,684	+ 3.3	56,498	- 0.1
29	All stores	268,947	+ 3.7	275,232	- 0.6	544,179	+ 1.4

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 21. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Metropolitan Winnipeg - Zone métropolitaine de Winnipeg

November - 1989 - Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	82,186	+ 8.2	Épicerie - Boucheries	1
x	x	x	x	11,117	+ 3.6	Épicerie, confiseries et articles divers	2
x	x	x	x	4,524	+ 15.5	Tous les autres magasins d'aliments	3
58,676	+ 4.0	-	-	58,676	+ 4.0	Grands magasins	4
x	x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	x	x	x	x	Magasins généraux	6
x	x	x	x	x	x	Bazars	7
-	-	48,570	- 4.2	48,570	- 4.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	2,136	+ 3.8	2,136	+ 3.8	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
x	x	x	x	27,754	- 10.3	Stations-service	10
-	-	1,507	+ 30.6	1,507	+ 30.6	Garages	11
x	x	x	x	7,895	+ 27.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
3,284	+ 0.1	325*	...	3,609*	- 2.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
7,418	- 3.1	456*	...	7,874*	- 5.9	Magasins de vêtements pour dames	14
4,410	+ 6.6	96	+ 18.3	4,506	+ 6.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	458*	...	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	2,959	+ 21.1	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	1,973	+ 5.3	Quincailleries	18
x	x	x	x	4,446	- 2.5	Magasins de meubles	19
-	-	282	+ 7.8	282	+ 7.8	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	5,343	+ 4.4	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	11,649	+ 1.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
2,340	+ 2.0	688	- 4.9	3,028	+ 0.4	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	382	- 18.5	Fleuristes	24
x	x	x	x	2,937	-	Bijouteries	25
x	x	x	x	3,400	+ 3.7	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
2,818	- 1.4	2,037	- 20.2	4,855	- 10.3	Magasins d'accessoires personnels	27
20,874	- 9.5	20,544	- 1.6	41,418	- 5.7	Tous les autres magasins	28
213,951	+ 2.7	136,405	- 1.3	350,356	+ 1.1	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 22. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Saskatchewan

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	x	x	x	x	78,428	+ 5.8
2	Grocery confectionery and sundries stores	x	x	x	x	19,096	+ 3.7
3	All other food stores	374	- 12.0	3,407	+ 6.4	3,781	+ 4.2
4	Department stores	43,758	+ 0.8	-	-	43,758	+ 0.8
5	General merchandise stores	15,255	- 10.6	1,308*	...	16,562*	- 7.8
6	General stores	10,027	- 11.9	14,691	- 16.8	24,719	- 14.9
7	Variety stores	4,206	- 13.2	300	- 2.1	4,506	- 12.5
8	Motor vehicle dealers	-	-	100,734	+ 0.2	100,734	+ 0.2
9	Used car dealers	-	-	3,186	+ 26.5	3,186	+ 26.5
10	Service stations	9,744	+ 28.0	31,202	+ 15.1	40,946	+ 17.9
11	Garages	-	-	4,687	+ 17.2	4,687	+ 17.2
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	13,602	+ 7.2
13	Men's clothing stores	3,923	+ 10.5	2,644	+ 24.8	6,567	+ 15.9
14	Women's clothing stores	6,232	- 6.0	2,093	- 7.5	8,326	- 6.3
15	Family clothing stores	6,128	+ 3.5	764	- 9.7	6,892	+ 1.8
16	Specialty shoe stores	x	x	x	x	236	- 9.8
17	Family shoe stores	x	x	x	x	3,326	+ 1.5
18	Hardware stores	x	x	x	x	5,780	- 10.6
19	Household furniture stores	-	-	3,270	- 19.0	3,270	- 19.0
20	Household appliance stores	-	-	2,045	- 6.3	2,045	- 6.3
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	3,149	- 5.5
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	x	x	x	x	19,233	+ 6.4
23	Book and stationery stores	1,604	- 1.0	1,361	+ 1.9	2,965	+ 0.2
24	Florists	x	x	x	x	1,084	- 1.0
25	Jewellery stores	1,839	+ 0.3	2,847	+ 18.5	4,685	+ 10.6
26	Sporting goods and accessories stores	x	x	x	x	7,199	+ 2.9
27	Personal accessories stores	2,590	+ 14.6	2,551	- 3.5	5,142	+ 4.8
28	All other stores	28,598	+ 4.1	37,488	+ 14.8	66,086	+ 9.9
29	All stores	210,004	+ 2.7	289,986	+ 3.1	499,990	+ 3.0

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 22. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Alberta

November - 1989 - Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
184,620	+ 5.3	39,095	+ 5.4	223,715	+ 5.3	Épiceries - Boucheries	1
18,175	- 2.4	26,356	+ 1.9	44,531	+ 0.1	Épiceries, confiseries et articles divers	2
764	- 15.3	15,661	+ 5.6	16,425	+ 4.4	Tous les autres magasins d'aliments	3
165,738	+ 4.1	-	-	165,738	+ 4.1	Grands magasins	4
24,015	+ 1.6	6,189	+ 4.8	30,204	+ 2.3	Magasins de marchandises diverses	5
x	x	x	x	59,707	+ 10.4	Magasins généraux	6
5,941	+ 4.7	549	- 0.6	6,490	+ 4.2	Bazars	7
x	x	x	x	335,125	+ 6.2	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	6,015	+ 7.5	6,015	+ 7.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
32,499	+ 15.6	55,237	+ 16.5	87,736	+ 16.1	Stations-service	10
x	x	x	x	7,853	+ 14.8	Garages	11
x	x	x	x	43,379	+ 17.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
15,749	+ 3.9	8,959	- 5.3	24,709	+ 0.3	Magasins de vêtements pour hommes	13
24,557	--	5,816	- 9.5	30,373	- 1.9	Magasins de vêtements pour dames	14
20,922	+ 1.6	4,213	+ 5.2	25,135	+ 2.2	Magasins de vêtements pour la famille	15
850*	...	2,792	+ 19.0	3,642*	+ 5.6	Magasins de chaussures spécialisées	16
7,864	+ 20.7	1,973	+ 3.5	9,837	+ 16.8	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	13,179	- 4.4	Quincailleries	18
x	x	x	x	14,149	+ 12.8	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	10,603	+ 10.8	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	21,081	+ 8.9	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
20,940	+ 20.7	58,376	+ 8.8	79,316	+ 11.7	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
6,139	- 7.6	3,329	+ 8.9	9,468	- 2.4	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	5,095	- 1.7	Fleuristes	24
7,805	+ 16.2	6,457*	...	14,262*	- 7.7	Bijouteries	25
7,541	+ 12.9	19,956	+ 17.7	27,498	+ 16.3	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
15,885	+ 6.9	7,033	+ 12.3	22,918	+ 8.5	Magasins d'accessoires personnels	27
93,417	+ 6.0	94,223	+ 13.5	187,641	+ 9.7	Tous les autres magasins	28
729,297	+ 5.3	796,527	+ 8.5	1,525,823	+ 6.9	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 23. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

British Columbia - Colombie-Britannique

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	277,003	+ 33.5	91,181	- 2.0	368,184	+ 22.4
2	Grocery confectionery and sundries stores	19,069	+ 0.9	45,579	+ 3.7	64,649	+ 2.9
3	All other food stores	3,870	- 2.9	27,012	+ 16.6	30,883	+ 13.7
4	Department stores	205,334	+ 6.2	-	-	205,334	+ 6.2
5	General merchandise stores	22,178	+ 7.9	5,344	+ 4.2	27,522	+ 7.2
6	General stores	x	x	x	x	12,133	+ 7.2
7	Variety stores	6,827	- 2.4	1,145	+ 18.4	7,972	+ 0.1
8	Motor vehicle dealers	x	x	x	x	335,019	+ 5.4
9	Used car dealers	-	-	14,087	+ 1.7	14,087	+ 1.7
10	Service stations	46,653	+ 7.3	87,926	+ 22.9	134,579	+ 17.0
11	Garages	-	-	17,049	+ 5.5	17,049	+ 5.5
12	Automotive parts and accessories stores	10,508	+ 5.0	19,030	+ 1.3	29,538	+ 2.6
13	Men's clothing stores	11,155	+ 5.5	5,494	+ 5.0	16,649	+ 5.3
14	Women's clothing stores	23,179	+ 8.0	14,429	+ 28.6	37,608	+ 15.1
15	Family clothing stores	19,002	- 3.0	6,385	+ 11.0	25,387	+ 0.1
16	Specialty shoe stores	1,462*	...	1,968	- 0.2	3,430*	+ 18.5
17	Family shoe stores	6,379	+ 16.7	3,502	- 0.8	9,882	+ 9.8
18	Hardware stores	x	x	x	x	13,679	+ 7.8
19	Household furniture stores	x	x	x	x	23,992	+ 25.0
20	Household appliance stores	283	- 14.5	4,721	+ 12.6	5,004	+ 10.6
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	x	x	x	x	18,492*	...
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	40,753	+ 11.3	47,635	+ 4.7	88,388	+ 7.6
23	Book and stationery stores	4,795	- 3.9	6,580	+ 22.6	11,375	+ 9.8
24	Florists	x	x	x	x	5,216	+ 15.6
25	Jewellery stores	7,295	+ 17.5	8,541	+ 1.1	15,836	+ 8.0
26	Sporting goods and accessories stores	8,913	+ 21.6	23,094	+ 21.9	32,006	+ 21.8
27	Personal accessories stores	13,006	+ 5.8	20,292	+ 12.3	33,298	+ 9.7
28	All other stores	105,053	+ 5.1	128,339	+ 21.7	233,392	+ 13.6
29	All stores	862,077	+ 13.9	958,508	+ 9.7	1,820,584	+ 11.7

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 23. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce
Metropolitan Vancouver - Zone métropolitaine de Vancouver

November - 1989 - Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	Nº
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
x	x	x	x	173,717	+ 27.6	Épiceries - Boucheries	1
x	x	x	x	37,350	+ 2.0	Épiceries, confiseries et articles divers	2
3,094	- 3.4	15,380	+ 12.3	18,474	+ 9.3	Tous les autres magasins d'aliments	3
115,930	+ 5.7	-	-	115,930	+ 5.7	Grands magasins	4
x	x	x	x	8,004	+ 11.6	Magasins de marchandises diverses	5
-	-	157	- 7.3	157	- 7.3	Magasins généraux	6
x	x	x	x	695	- 7.4	Bazars	7
x	x	x	x	191,538	+ 5.6	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	5,515	+ 3.2	5,515	+ 3.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
20,859	+ 1.7	32,305	+ 29.2	53,164	+ 16.8	Stations-service	10
-	-	7,925	- 5.7	7,925	- 5.7	Garages	11
x	x	x	x	13,864	+ 4.8	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
8,146	+ 4.9	2,325	+ 5.6	10,471	+ 5.1	Magasins de vêtements pour hommes	13
14,082	+ 5.7	9,414	+ 30.5	23,496	+ 14.4	Magasins de vêtements pour dames	14
8,486	- 5.8	2,971	+ 18.6	11,457	- 0.5	Magasins de vêtements pour la famille	15
x	x	x	x	1,888	+ 23.5	Magasins de chaussures spécialisées	16
x	x	x	x	5,207	+ 4.5	Magasins de chaussures pour la famille	17
x	x	x	x	4,986	+ 19.1	Quincailleries	18
5,355	+ 17.8	9,492	+ 18.5	14,847	+ 18.3	Magasins de meubles	19
x	x	x	x	2,261	- 6.2	Magasins d'appareils ménagers	20
x	x	x	x	12,134*	...	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
x	x	x	x	44,591	- 0.8	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
2,993	+ 5.8	2,065	+ 15.5	5,058	+ 9.5	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	2,224	+ 6.0	Fleuristes	24
4,161	+ 14.6	5,614	+ 2.5	9,775	+ 7.3	Bijouteries	25
x	x	x	x	17,998	+ 22.0	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
9,281	+ 3.4	11,500	+ 15.2	20,781	+ 9.6	Magasins d'accessoires personnels	27
59,206	+ 7.9	58,546	+ 16.9	117,752	+ 12.2	Tous les autres magasins	28
481,268	+ 13.4	449,992	+ 9.0	931,260	+ 11.2	Ensemble des magasins	29

REVISED ESTIMATES

TABLE 24. Retail Trade, Chain and Independent Stores, by Kind of Business

Yukon and Northwest Territories - Yukon et Territoires du Nord-Ouest

November - 1989 - Novembre

No.	Kind of business Genre de commerce	Chain stores Magasins à succursales		Independent Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins	
		Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1	Combination stores (groceries and meat)	-	-	6,851	+ 13.3	6,851	+ 13.3
2	Grocery confectionery and sundries stores	-	-	1,412	+ 1.1	1,412	+ 1.1
3	All other food stores	-	-	313*	...	313*	...
4	Department stores	-	-	-	-	-	-
5	General merchandise stores	x	x	x	x	x	x
6	General stores	x	x	x	x	13,235	+ 9.9
7	Variety stores	x	x	x	x	x	x
8	Motor vehicle dealers	-	-	3,455	- 11.4	3,455	- 11.4
9	Used car dealers	-	-	x	x	x	x
10	Service stations	-	-	1,382	- 9.9	1,382	- 9.9
11	Garages	-	-	x	x	x	x
12	Automotive parts and accessories stores	x	x	x	x	521	+ 25.3
13	Men's clothing stores	-	-	x	x	x	x
14	Women's clothing stores	-	-	127*	...	127*	...
15	Family clothing stores	x	x	x	x	275	+ 16.3
16	Specialty shoe stores	-	-	x	x	x	x
17	Family shoe stores	-	-	x	x	x	x
18	Hardware stores	-	-	569	+ 9.9	569	+ 9.9
19	Household furniture stores	-	-	x	x	x	x
20	Household appliance stores	-	-	x	x	x	x
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	-	-	x	x	x	x
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	-	-	1,463	+ 1.2	1,463	+ 1.2
23	Book and stationery stores	-	-	x	x	x	x
24	Florists	-	-	x	x	x	x
25	Jewellery stores	x	x	x	x	x	x
26	Sporting goods and accessories stores	-	-	894	+ 5.1	894	+ 5.1
27	Personal accessories stores	x	x	x	x	1,038	+ 20.6
28	All other stores	x	x	x	x	4,178	+ 10.4
29	All stores	16,720	+ 8.5	24,617	+ 5.3	41,337	+ 6.6

ESTIMATIONS REVISÉES

TABLEAU 24. Commerce de détail, magasins à succursales et magasins indépendants, suivant le genre de commerce

Canada

November - 1989 - Novembre

Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		All stores Ensemble des magasins		Kind of business Genre de commerce	N°
Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation	Sales Ventes	Change 1989/1988 Variation		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
1,573,670	+ 9.9	883,885	+ 8.5	2,457,555	+ 9.4	Épicerie - Boucheries	1
171,707	- 1.2	500,578	- 1.8	672,285	- 1.7	Épicerie, confiseries et articles divers	2
25,922	+ 3.4	237,304	+ 7.1	263,226	+ 6.7	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,516,268	+ 5.0	-	-	1,516,268	+ 5.0	Grands magasins	4
296,377	+ 0.4	76,376	+ 12.7	372,754	+ 2.7	Magasins de marchandises diverses	5
92,961	+ 4.1	122,389	+ 3.6	215,350	+ 3.8	Magasins généraux	6
87,373	- 7.0	11,962	- 0.1	99,335	- 6.2	Bazars	7
33,773	- 3.2	2,959,759	+ 0.9	2,993,532	+ 0.9	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	99,407	- 1.3	99,407	- 1.3	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
335,411	+ 9.6	794,374	+ 8.9	1,129,785	+ 9.1	Stations-service	10
x	x	x	x	179,012	+ 6.3	Garages	11
22,176	+ 5.2	371,393	+ 8.2	393,569	+ 8.0	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
116,834	+ 3.7	73,549	+ 1.0	190,383	+ 2.7	Magasins de vêtements pour hommes	13
217,044	+ 1.1	95,512	+ 4.5	312,556	+ 2.1	Magasins de vêtements pour dames	14
178,460	+ 8.7	67,909	+ 6.1	246,369	+ 7.9	Magasins de vêtements pour la famille	15
16,554	+ 11.7	15,034	+ 26.1	31,588	+ 18.1	Magasins de chaussures spécialisées	16
106,650	+ 21.0	35,921	+ 6.7	142,571	+ 17.0	Magasins de chaussures pour la famille	17
26,725	- 2.5	145,600	+ 6.4	172,324	+ 4.9	Quincailleries	18
46,499	+ 3.7	151,538	+ 2.0	198,037	+ 2.4	Magasins de meubles	19
7,281	+ 5.1	62,027	+ 6.5	69,308	+ 6.4	Magasins d'appareils ménagers	20
99,283	+ 5.2	66,571	+ 7.2	165,854	+ 6.0	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
214,952	+ 2.9	478,148	+ 10.3	693,100	+ 7.9	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
49,592	+ 0.8	52,802	+ 9.4	102,393	+ 5.1	Librairies et papeteries	23
x	x	x	x	47,517	- 1.0	Fleuristes	24
58,641	+ 6.0	55,157	- 5.5	113,798	-	Bijouteries	25
58,177	+ 14.7	151,233	+ 10.3	209,410	+ 11.5	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
124,852	+ 5.8	137,239	+ 4.9	262,091	+ 5.3	Magasins d'accessoires personnels	27
890,648	+ 3.5	942,832	+ 7.4	1,833,480	+ 5.5	Tous les autres magasins	28
6,370,473	+ 5.6	8,812,387	+ 4.5	15,182,860	+ 5.0	Ensemble des magasins	29

Supplementary Data

Retail Trade

Données supplémentaires

Commerce de détail

TABLE 25. Retail Trade, Seasonally Adjusted, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area¹

Canada

		1989						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.								
		millions of dollars - millions de dollars						
Kind of business:								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,405.7	2,382.4	2,405.8	2,417.3	2,442.4	2,455.7	2,469.6
2	Grocery confectionery and sundries stores	689.3	692.3	691.2	676.2	701.0	699.8	703.5
3	All other food stores	258.9	257.9	255.5	257.8	257.5	263.8	266.1
4	Department stores	1,107.9	1,113.6	1,118.7	1,131.3	1,159.5	1,154.8	1,143.2
5	General merchandise stores	265.2	274.7	253.0	272.4	275.0	275.5	292.3
6	General stores	204.8	207.3	199.4	205.9	203.8	209.4	211.8
7	Variety stores	84.1	84.9	82.1	82.6	85.1	84.3	83.0
8	Motor vehicle dealers	3,048.9	3,058.7	3,011.0	3,130.6	3,075.1	3,031.0	2,960.4
9	Used car dealers	108.9	108.5	100.9	105.5	103.9	105.8	101.5
10	Service stations	1,062.8	1,079.9	1,097.4	1,111.0	1,131.3	1,129.5	1,135.5
11	Garages	156.2	158.6	158.3	158.9	162.0	163.7	161.8
12	Automotive parts and accessories stores	342.0	341.4	337.4	345.3	349.5	348.8	346.7
13	Men's clothing stores	144.9	145.2	142.5	147.1	148.5	154.8	145.4
14	Women's clothing stores	280.6	280.9	279.6	286.3	291.8	295.7	293.6
15	Family clothing stores	204.4	203.9	205.9	209.7	217.0	217.6	213.2
16	Specialty shoe stores	27.9	27.8	26.5	28.6	27.4	28.8	27.8
17	Family shoe stores	112.6	110.7	106.1	109.5	114.2	115.1	116.4
18	Hardware stores	164.0	165.0	158.1	166.0	167.7	169.7	166.1
19	Household furniture stores	186.1	186.4	179.6	186.4	178.6	177.2	176.4
20	Household appliance stores	59.7	56.8	57.0	60.8	60.4	60.7	59.6
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	144.7	148.7	148.0	154.6	156.4	162.1	149.6
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	655.3	657.7	673.5	661.5	668.1	675.7	677.2
23	Book and stationery stores	86.4	90.6	90.7	87.0	89.6	92.1	89.9
24	Florists	56.1	55.1	54.8	56.2	55.4	57.3	55.7
25	Jewellery stores	101.4	102.3	102.7	102.9	102.2	103.6	101.7
26	Sporting goods and accessories stores	245.0	230.9	222.3	231.5	244.8	236.9	241.5
27	Personal accessories stores	226.3	221.2	230.9	233.5	234.5	238.7	237.7
28	All other stores	1,727.7	1,701.0	1,709.8	1,755.3	1,751.9	1,767.8	1,781.5
29	TOTAL ALL STORES	14,158.0	14,144.4	14,099.2	14,371.5	14,454.6	14,476.0	14,408.7
Regions and Selected Metropolitan Areas:								
30	Newfoundland	264.2	265.5	266.9	272.9	273.3	279.3	273.3
31	Prince Edward Island	61.1	60.2	60.6	60.8	57.2	60.8	62.1
32	Nova Scotia	485.6	480.4	485.7	480.4	479.0	483.4	486.6
33	New Brunswick	358.1	351.9	359.9	360.0	359.6	360.6	361.1
34	Québec	3,481.5	3,488.7	3,475.7	3,525.9	3,551.5	3,577.0	3,568.5
35	Ontario	5,520.9	5,499.4	5,433.4	5,581.6	5,614.4	5,514.2	5,503.8
36	Manitoba	502.1	530.3	504.7	527.8	528.2	527.8	524.0
37	Saskatchewan	459.4	461.1	464.6	467.5	468.2	450.3	476.0
38	Alberta	1,370.0	1,354.6	1,377.5	1,461.1	1,423.3	1,424.4	1,431.3
39	British Columbia	1,633.4	1,638.0	1,623.9	1,679.4	1,688.1	1,709.5	1,719.7
40	Yukon and Northwest Territories	38.9	39.1	37.2	40.1	39.5	40.7	39.3
41	Montréal	1,534.1	1,553.6	1,545.2	1,562.3	1,582.3	1,566.4	1,569.1
42	Toronto	2,117.0	2,098.6	2,058.7	2,132.8	2,162.7	2,109.4	2,117.3
43	Winnipeg	327.3	337.7	324.4	334.1	336.5	332.2	332.5
44	Vancouver	839.3	835.3	837.3	861.5	864.2	879.5	877.6

¹ Each series of Table 25 excluding the "total all stores" has been adjusted separately by dividing the unadjusted series by the appropriate combined factor in Table 27. The total all stores has been derived by the summation of the seasonally adjusted kinds of business totals.

² Per cent change is calculated on data expressed in thousands of dollars.

TABLEAU 25. Commerce de détail, désaisonnalisé, par genre de commerce et par région et zone
Canada

1989					1988	Per cent change ²			
August	September ^r	October ^r	November ^r	December ^P	December	November/ October 1989	December/ November 1989		
Août	Septembre ^r	Octobre ^r	Novembre ^r	Décembre ^P	Décembre	Novembre/ Octobre 1989	Décembre/ Novembre 1989		
millions of dollars – millions de dollars									
Genre de commerce:									
2,439.9	2,471.7	2,475.8	2,483.7	2,501.9	2,380.1	+0.3	+0.7	Épicerie - Boucheries	1
705.2	707.3	709.5	699.5	700.9	674.8	-1.4	+0.2	Épicerie, confiseries et articles divers	2
266.0	268.0	268.7	268.5	271.3	260.6	-0.1	+1.1	Tous les autres magasins d'aliments	3
1,158.9	1,144.0	1,166.7	1,158.6	1,168.2	1,129.8	-0.7	+0.8	Grands magasins	4
276.4	277.7	265.8	271.9	270.5	267.5	+2.3	-0.5	Magasins de marchandises diverses	5
209.8	205.5	209.3	212.3	210.3	201.2	+1.4	-1.0	Magasins généraux	6
85.9	83.9	85.6	84.0	85.8	85.3	-1.9	+2.1	Bazars	7
2,977.2	3,190.1	3,032.2	3,085.7	3,032.1	3,236.5	+1.8	-1.7	Concessionnaires d'automobiles	8
103.7	101.5	105.0	103.0	103.5	109.9	-1.9	+0.5	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
1,136.2	1,145.6	1,149.9	1,159.3	1,184.7	1,072.7	+0.8	+2.2	Stations-service	10
161.2	163.3	165.2	168.1	175.2	153.9	+1.7	+4.2	Garages	11
343.5	343.4	337.0	341.0	367.0	335.5	+1.2	+7.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
146.1	148.9	147.3	148.2	151.4	147.8	+0.6	+2.2	Magasins de vêtements pour hommes	13
290.3	291.3	282.1	290.2	296.7	287.7	+2.9	+2.2	Magasins de vêtements pour dames	14
211.5	218.0	216.3	219.0	220.8	209.1	+1.2	+0.8	Magasins de vêtements pour la famille	15
27.8	28.3	28.6	28.9	29.4	30.8	+1.0	+1.7	Magasins de chaussures spécialisées	16
114.0	112.3	111.8	113.2	114.4	113.6	+1.3	+1.1	Magasins de chaussures pour la famille	17
170.9	165.9	165.4	166.2	160.5	158.9	+0.5	-3.4	Quincailleries	18
179.9	184.1	178.3	182.5	179.0	177.0	+2.3	-1.9	Magasins de meubles	19
60.6	61.2	60.0	63.2	55.8	58.8	+5.3	-11.7	Magasins d'appareils ménagers	20
155.3	149.9	151.9	153.8	144.8	145.6	+1.2	-5.8	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
681.8	677.6	683.9	690.6	693.3	652.9	+1.0	+0.4	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
91.4	90.1	86.8	91.6	92.9	91.1	+5.6	+1.4	Librairies et papeteries	23
58.2	56.2	55.8	55.9	55.4	55.2	+0.3	-0.9	Fleuristes	24
101.3	102.1	101.5	101.6	103.3	103.8	+0.2	+1.7	Bijouteries	25
241.4	249.0	251.1	253.5	261.1	236.1	+0.9	+3.0	Magasins d'articles de sport et accessoires	26
238.2	237.6	234.4	241.0	240.8	227.7	+2.8	-0.1	Magasins d'accessoires personnels	27
1,759.1	1,779.1	1,738.5	1,755.9	1,773.2	1,682.9	+1.0	+1.0	Tous les autres magasins	28
14,391.9	14,653.6	14,464.4	14,590.8	14,644.3	14,286.9	+0.9	+0.4	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines:									
270.3	278.4	272.9	280.8	284.9	272.2	+2.9	+1.4	Terre-Neuve	30
61.4	63.3	61.2	61.5	62.1	60.9	+0.5	+1.0	Île-du-Prince-Édouard	31
488.1	505.2	477.9	493.7	492.9	482.2	+3.3	-0.2	Nouvelle-Écosse	32
366.4	364.8	365.1	362.9	366.7	352.2	-0.6	+1.0	Nouveau-Brunswick	33
3,519.5	3,591.6	3,551.5	3,553.7	3,628.9	3,528.6	+0.1	+2.1	Québec	34
5,512.5	5,576.1	5,502.4	5,550.4	5,527.3	5,482.5	+0.9	-0.4	Ontario	35
514.3	522.3	518.4	516.9	519.0	504.9	-0.3	+0.4	Manitoba	36
464.1	485.7	466.7	470.5	464.3	459.7	+0.8	-1.3	Saskatchewan	37
1,433.4	1,452.8	1,465.4	1,450.1	1,458.9	1,375.0	-1.0	+0.6	Alberta	38
1,723.3	1,733.3	1,758.9	1,783.5	1,799.4	1,623.5	+1.4	+0.9	Colombie-Britannique	39
40.4	39.9	40.4	41.0	40.6	38.6	+1.4	-0.9	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
1,556.1	1,591.6	1,576.5	1,564.8	1,615.6	1,570.3	-0.7	+3.2	Montréal	41
2,131.5	2,138.4	2,119.6	2,117.7	2,118.8	2,107.9	-0.1	+0.1	Toronto	42
331.3	333.4	331.9	330.5	332.1	326.1	-0.4	+0.5	Winnipeg	43
876.1	875.3	890.5	907.4	918.4	829.8	+1.9	+1.2	Vancouver	44

¹ Chacune des séries du tableau 25 excluant "l'ensemble des magasins" a été ajustée individuellement en divisant la série brute par le facteur combiné approprié du tableau 27. Le total pour l'ensemble des magasins a été obtenu en additionnant les totaux désaisonnalisés de tous les genres de commerce.

² Les variations procentuelles sont calculées sur des données exprimées en milliers de dollars

TABLE 26. Retail Trade, by Kind of Business and by Region and Metropolitan Area

Canada

		1989						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.		millions of dollars – millions de dollars						
Kind of business:								
1	Combination stores (groceries and meat)	2,214.9	2,160.0	2,453.5	2,363.3	2,431.5	2,613.4	2,446.0
2	Grocery confectionery and sundries stores	613.2	585.0	656.6	654.6	721.9	753.8	781.1
3	All other food stores	225.3	221.2	253.4	240.2	263.0	280.8	279.2
4	Department stores	738.4	734.0	967.3	1,022.1	1,131.6	1,130.7	963.8
5	General merchandise stores	210.6	205.0	240.4	244.9	264.4	265.5	245.9
6	General stores	169.4	166.5	188.3	192.7	216.1	232.2	219.6
7	Variety stores	52.1	55.1	70.3	72.5	83.8	86.3	77.5
8	Motor vehicle dealers	2,322.8	2,596.4	3,279.3	3,799.0	3,830.8	3,467.8	2,936.5
9	Used car dealers	82.3	87.2	110.2	119.5	124.7	120.4	103.3
10	Service stations	981.6	954.9	1,069.0	1,056.4	1,177.2	1,205.0	1,230.4
11	Garages	140.4	136.2	152.8	156.9	175.4	178.2	165.4
12	Automotive parts and accessories stores	237.9	206.2	266.3	337.9	421.3	433.4	367.1
13	Men's clothing stores	107.2	84.5	111.0	137.0	151.8	163.8	115.1
14	Women's clothing stores	216.9	186.7	249.8	285.2	301.3	298.9	264.1
15	Family clothing stores	146.5	126.7	175.7	198.0	213.4	217.1	184.6
16	Specialty shoe stores	24.8	19.0	22.0	28.7	29.8	31.5	26.3
17	Family shoe stores	81.5	64.8	87.7	110.9	121.1	118.9	99.7
18	Hardware stores	112.9	104.8	124.0	155.1	209.1	217.3	189.8
19	Household furniture stores	160.0	151.4	163.1	175.6	175.6	185.5	179.4
20	Household appliance stores	52.0	43.8	52.5	55.8	60.5	64.0	57.5
21	Furniture, T.V., radio and appliance stores	125.8	113.2	134.0	141.7	152.4	170.7	164.9
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	628.6	598.2	666.1	625.3	656.6	673.8	644.7
23	Book and stationery stores	74.4	75.3	80.9	69.2	75.9	80.3	74.7
24	Florists	39.9	57.4	55.9	50.9	80.9	60.4	43.7
25	Jewellery stores	64.7	66.0	71.1	77.3	92.7	99.8	85.9
26	Sporting goods and accessories stores	185.0	153.8	183.7	240.0	319.2	314.0	274.9
27	Personal accessories stores	182.7	164.9	196.9	195.9	217.7	235.9	237.6
28	All other stores	1,333.9	1,283.9	1,571.0	1,584.8	1,787.4	1,896.1	1,846.6
29	TOTAL ALL STORES	11,525.8	11,402.1	13,652.7	14,391.6	15,487.0	15,595.1	14,305.3
Regions and Selected Metropolitan Areas:								
30	Newfoundland	204.9	207.8	260.0	272.5	300.3	299.6	276.2
31	Prince Edward Island	46.1	43.8	54.7	58.5	60.3	69.6	70.0
32	Nova Scotia	390.1	378.0	469.0	477.0	502.6	514.3	489.2
33	New Brunswick	283.4	278.8	345.4	348.1	384.5	385.1	365.2
34	Québec	2,763.9	2,782.2	3,418.1	3,606.7	3,973.0	3,903.8	3,560.9
35	Ontario	4,523.2	4,418.1	5,222.8	5,516.1	5,931.3	5,979.0	5,385.5
36	Manitoba	408.9	424.4	481.1	531.2	557.7	570.1	508.6
37	Saskatchewan	377.3	370.7	439.2	467.1	492.9	493.9	469.8
38	Alberta	1,126.1	1,116.9	1,342.0	1,428.3	1,496.0	1,524.2	1,400.8
39	British Columbia	1,371.3	1,350.5	1,584.9	1,649.5	1,748.1	1,810.2	1,737.3
40	Yukon and Northwest Territories	30.7	30.9	35.4	36.7	40.4	45.3	41.7
41	Montréal	1,227.9	1,241.7	1,522.7	1,596.1	1,738.4	1,707.6	1,509.8
42	Toronto	1,783.8	1,724.3	2,020.1	2,122.2	2,259.3	2,259.3	2,012.8
43	Winnipeg	266.8	270.6	312.0	335.9	353.6	349.6	316.1
44	Vancouver	727.8	705.9	821.5	847.6	886.7	922.5	863.8

TABEAU 26. Commerce de détail, par genre de commerce et par région et zone métropolitaine
Canada

1989					1988		Per cent change		
August	September	October	November ^r	December ^p	December	November 1989/1988	December 1989/1988		
Août	Septembre	Octobre	Novembre ^r	Décembre ^p	Décembre	Novembre 1989/1988	Décembre 1989/1988		
millions of dollars - millions de dollars						%	%	Nº	
Variation procentuelle									
Genre de commerce:									
2,417.8	2,544.5	2,334.1	2,457.6	2,847.0	2,812.6	+9.4	+1.2	Épiceries - Boucheries 1	
768.1	731.4	709.4	672.3	728.0	712.5	-1.7	+2.1	Épiceries, confiseries et articles divers 2	
273.6	263.0	259.2	263.2	337.7	329.7	+6.7	+2.4	Tous les autres magasins d'aliments 3	
1,094.9	1,135.6	1,140.7	1,516.3	2,180.4	2,184.8	+5.0	-0.2	Grands magasins 4	
248.6	293.1	306.2	372.8	357.2	359.4	+2.7	-0.6	Magasins de marchandises diverses 5	
221.5	210.2	209.9	215.3	244.5	240.4	+3.8	+1.6	Magasins généraux 6	
85.2	84.4	83.6	99.3	160.5	163.8	-6.2	-1.9	Bazars 7	
2,931.8	2,910.7	3,125.8	2,993.5	2,412.1	2,604.1	+0.9	-7.3	Concessionnaires d'automobiles 8	
109.6	104.1	106.7	99.4	81.1	86.6	-1.3	-6.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion 9	
1,226.2	1,149.8	1,155.4	1,129.8	1,183.8	1,073.7	+9.1	+10.2	Stations-service 10	
167.0	161.8	172.8	179.0	161.9	144.5	+6.3	+12.0	Garages 11	
333.4	335.2	328.8	393.6	474.8	445.3	+8.0	+6.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles 12	
112.5	149.0	153.6	190.4	299.5	295.1	+2.7	+1.5	Magasins de vêtements pour hommes 13	
280.3	324.2	289.5	312.6	454.8	447.9	+2.1	+1.5	Magasins de vêtements pour dames 14	
217.1	236.2	219.3	246.4	388.3	376.2	+7.9	+3.2	Magasins de vêtements pour la famille 15	
27.4	31.8	30.7	31.6	34.8	36.9	+18.1	-5.7	Magasins de chaussures spécialisées 16	
112.6	127.2	122.1	142.6	159.6	164.2	+17.0	-2.8	Magasins de chaussures pour la famille 17	
178.1	166.5	161.9	172.3	190.3	196.1	+4.9	-2.9	Quincailleries 18	
191.6	198.6	182.3	198.0	204.9	205.3	+2.4	-0.1	Magasins de meubles 19	
61.1	65.1	62.2	69.3	70.4	76.4	+6.4	-7.8	Magasins d'appareils ménagers 20	
165.5	156.1	154.5	165.9	170.9	177.5	+6.0	-3.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires 21	
676.9	659.6	680.2	693.1	882.5	845.4	+7.9	+4.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté 22	
91.4	88.3	78.3	102.4	191.4	186.2	+5.1	+2.7	Librairies et papeteries 23	
49.3	49.8	47.9	47.5	82.5	84.0	-1.0	-1.8	Fleuristes 24	
88.6	86.1	85.3	113.8	297.6	302.9	--	-1.7	Bijouteries 25	
254.6	230.1	194.1	209.4	353.4	320.6	+11.5	+10.2	Magasins d'articles de sport et accessoires 26	
253.8	231.2	219.3	262.1	425.3	409.6	+5.3	+3.8	Magasins d'accessoires personnels 27	
1,834.8	1,798.3	1,683.4	1,833.5	2,534.9	2,491.3	+5.5	+1.7	Tous les autres magasins 28	
14,473.5	14,521.6	14,297.3	15,182.9	17,909.8	17,773.0	+5.0	+0.7	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS 29	
Régions et certaines zones métropolitaines:									
277.2	272.7	261.8	295.6	357.0	343.8	+7.6	+3.8	Terre-Neuve 30	
69.0	62.3	59.2	63.5	75.0	75.2	+2.6	-0.2	Île-du-Prince-Édouard 31	
495.7	499.8	468.4	527.7	622.7	623.2	+6.2	--	Nouvelle-Écosse 32	
374.8	367.0	361.2	385.2	450.9	445.7	+4.1	+1.1	Nouveau-Brunswick 33	
3,582.5	3,580.2	3,518.4	3,607.0	4,167.7	4,160.5	+2.7	+0.1	Québec 34	
5,454.8	5,518.1	5,422.8	5,871.9	6,956.3	7,075.3	+4.3	-1.6	Ontario 35	
507.2	528.3	520.0	544.2	636.6	641.7	+1.4	-0.7	Manitoba 36	
468.7	476.0	473.9	500.0	554.4	570.1	+3.0	-2.7	Saskatchewan 37	
1,442.3	1,450.3	1,461.6	1,525.8	1,791.8	1,738.4	+6.9	+3.0	Alberta 38	
1,758.6	1,724.9	1,709.4	1,820.6	2,248.1	2,051.0	+11.7	+9.6	Colombie-Britannique 39	
42.7	41.8	40.5	41.3	49.4	48.1	+6.6	+2.7	Yukon et Territoires du Nord-Ouest 40	
1,547.7	1,584.6	1,556.6	1,625.3	1,944.0	1,942.6	+1.8	--	Montréal 41	
2,053.0	2,091.1	2,087.8	2,257.1	2,697.2	2,759.4	+3.8	-2.2	Toronto 42	
326.6	340.8	330.5	350.4	421.2	427.2	+1.1	-1.4	Winnipeg 43	
864.9	863.2	872.7	931.3	1,166.2	1,066.9	+11.2	+9.3	Vancouver 44	

TABLE 27

Retail Trade, MCD and Combined, Seasonal and Trading Day Factors

Canada

TABLEAU 27

Commerce de détail, MDC et coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux

	MCD in December MDC en Décembre	1989		1990
		November ^r Novembre ^r	December ^P Décembre ^P	January ¹ Janvier ¹
Combination stores (groceries and meat) - Épiceries - Boucheries	2	98.95	113.79	93.70
Grocery, confectionery and sundries stores - Épiceries, confiseries et articles divers	2	96.11	103.86	89.43
All other food stores - Tous les autres magasins d'aliments	3	98.05	124.44	88.14
Department stores - Grands magasins	3	130.87	186.65	68.26
General merchandise stores - Magasins de marchandises diverses	5	137.09	132.03	80.66
General stores - Magasins généraux	3	101.44	116.26	84.33
Variety stores - Bazars	5	118.21	187.07	62.93
Motor vehicle dealers - Concessionnaires d'automobiles	4	97.01	79.55	77.86
Used car dealers - Vendeurs d'automobiles d'occasion	3	96.49	78.36	79.62
Service stations - Stations-service	2	97.45	99.92	93.53
Garages	3	106.51	92.42	92.27
Automotive parts and accessories stores - Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	4	115.42	129.37	71.66
Men's clothing stores - Magasins de vêtements pour hommes	4	128.48	197.81	75.22
Women's clothing stores - Magasins de vêtements pour dames	3	107.71	153.27	78.08
Family clothing stores - Magasins de vêtements pour la famille	3	112.50	175.90	72.46
Specialty shoe stores - Magasins de chaussures spécialisées	4	109.25	118.26	90.58
Family shoe stores - Magasins de chaussures pour la famille	4	125.96	139.47	73.47
Hardware stores - Quincailleries	3	103.69	118.53	70.55
Household furniture stores - Magasins de meubles	4	108.52	114.48	87.40
Household appliance stores - Magasins d'appareils ménagers	4	109.69	126.19	88.04
Furniture, TV, radio and appliance stores - Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	3	107.85	118.00	86.87
Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores - Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	2	100.36	127.28	97.11
Book and stationery stores - Librairies et papeteries	3	111.77	205.98	86.82
Florists - Fleuristes	5	84.98	148.77	73.34
Jewellery stores - Bijouteries	3	111.98	288.00	64.84
Sporting goods and accessories stores - Magasins d'articles de sport et d'accessoires	3	82.62	135.34	77.47
Personal accessories stores - Magasins d'accessoires personnels	2	108.75	175.65	81.02
All other stores - Tous les autres magasins	..	104.42	142.95	..
All stores - Total - Ensemble des magasins	..	104.05	122.29	..
Regions and Selected Metropolitan Areas - Régions et certaines zones métropolitaines:				
Newfoundland - Terre-Neuve	3	105.26	125.33	79.45
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	3	103.39	120.73	77.22
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	2	106.88	126.34	81.92
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	3	106.13	122.97	81.54
Québec	3	101.50	114.84	81.22
Ontario	3	105.79	125.85	83.34
Manitoba	3	105.28	122.65	82.71
Saskatchewan	3	106.26	119.39	83.13
Alberta	2	105.22	122.82	83.99
British Columbia - Colombie-Britannique	2	102.08	124.93	85.38
Yukon and Northwest Territories - Yukon et Territoires du Nord-Ouest	3	100.89	121.71	79.81
Montréal	3	103.86	120.32	81.70
Toronto	3	106.58	127.30	85.63
Winnipeg	3	106.02	126.81	82.92
Vancouver	2	102.63	126.97	87.62

¹ Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the Appendix VI.

¹ Préviction des coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter l'Appendice VI.

TABLE 28

Retail Trade, Canada, Current and Constant Dollar Estimates, 1987-1989

TABLEAU 28

Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants, 1987-1989

	Unadjusted					Seasonally adjusted				
	Non désaisonnalisé					Désaisonnalisé				
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1981 dollars	Year/year per cent change	Price index	Current dollars	Month/month per cent change	Constant 1981 dollars ¹	Month/month per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1981	Variation en pourcentage pour l'année	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1981 ¹	Variation en pourcentage pour le mois
1987:						millions of dollars - millions de dollars				
January - Janvier	128.0	10,271.7	+5.3	8,025.3	+1.8	127.8	11,900.2	-0.6	9,312.4	-0.9
February - Février	128.0	9,951.1	+7.6	7,773.8	+4.1	127.7	12,288.6	+3.3	9,625.9	+3.4
March - Mars	128.0	11,492.2	+8.3	8,977.9	+4.3	128.1	12,345.5	+0.5	9,634.0	+0.1
April - Avril	128.1	12,867.4	+10.6	10,043.6	+6.6	128.3	12,672.1	+2.6	9,876.5	+2.5
May - Mai	128.7	13,508.4	+6.4	10,495.7	+2.9	128.7	12,605.7	-0.5	9,791.2	-0.9
June - Juin	128.8	13,608.3	+15.1	10,563.6	+11.1	129.0	12,966.3	+2.9	10,052.4	+2.7
July - Juillet	130.2	13,278.5	+11.2	10,200.9	+6.9	129.9	12,833.6	-1.0	9,882.4	-1.7
August - Août	129.8	12,728.2	+7.3	9,805.1	+3.6	129.6	12,946.3	+0.9	9,985.7	+1.0
September - Septembre	129.4	12,616.2	+9.3	9,747.6	+5.6	130.0	13,026.7	+0.6	10,022.3	+0.4
October - Octobre	130.2	13,760.8	+12.7	10,570.7	+8.7	130.7	13,221.5	+1.5	10,116.5	+0.9
November - Novembre	130.7	13,380.1	+9.7	10,237.6	+6.1	130.9	13,262.1	+0.3	10,129.7	+0.1
December - Décembre	130.4	16,269.8	+12.4	12,477.6	+8.9	131.0	13,373.6	+0.8	10,211.1	+0.8
Year - Année	129.3	153,732.8	+9.8	118,919.3	+6.0
1988:										
January - Janvier	131.8	11,134.0	+8.4	8,443.4	+5.2	131.3	13,266.7	-0.8	10,088.6	-1.2
February - Février	131.9	10,959.4	+10.1	8,300.5	+6.8	131.7	13,161.2	-0.8	9,982.0	-1.1
March - Mars	131.9	13,177.8	+14.7	9,985.6	+11.2	131.9	13,595.2	+3.3	10,293.8	+3.1
April - Avril	132.2	13,666.3	+6.2	10,331.6	+2.9	132.2	13,404.2	-1.4	10,120.5	-1.7
May - Mai	132.5	14,267.5	+5.6	10,761.7	+2.5	132.5	13,597.3	+1.4	10,242.6	+1.2
June - Juin	132.9	14,432.9	+6.1	10,853.0	+2.7	132.9	13,555.0	-0.3	10,182.4	-0.6
July - Juillet	133.9	13,960.8	+5.1	10,417.3	+2.1	133.5	13,748.8	+1.4	10,283.1	+1.0
August - Août	133.9	13,691.3	+7.5	10,218.9	+4.2	133.9	13,750.0	-	10,254.5	-0.3
September - Septembre	133.9	13,773.1	+9.1	10,275.9	+5.4	134.4	13,920.3	+1.2	10,342.5	+0.9
October - Octobre	133.9	13,900.7	+1.0	10,377.2	-1.8	134.4	13,958.1	+0.3	10,374.6	+0.3
November - Novembre	134.9	14,453.5	+8.0	10,711.0	+4.6	135.0	13,965.2	+0.1	10,333.0	-0.4
December - Décembre	135.1	17,773.0	+9.2	13,150.2	+5.4	135.3	14,286.9	+2.3	10,545.9	+2.1
Year - Année	133.4	165,190.3	+7.5	123,826.4	+4.1
1989:										
January - Janvier	135.8	11,525.8	+3.5	8,469.3	+0.3	135.8	14,158.0	-0.9	10,426.0	-1.1
February - Février	136.8	11,402.1	+4.0	8,312.3	+0.1	136.7	14,144.4	-0.1	10,344.3	-0.8
March - Mars	137.4	13,652.7	+3.6	9,937.1	-0.5	137.3	14,099.2	-0.3	10,267.7	-0.7
April - Avril	137.9	14,391.6	+5.3	10,434.9	+1.0	138.0	14,371.5	+1.9	10,414.6	+1.4
May - Mai	139.1	15,487.0	+8.5	11,136.0	+3.5	139.2	14,454.6	+0.6	10,384.2	-0.3
June - Juin	140.0	15,595.1	+8.0	11,138.8	+2.6	139.8	14,476.0	+0.1	10,354.4	-0.3
July - Juillet	141.2	14,305.3	+2.4	10,133.3	-2.7	140.5	14,408.7	-0.5	10,253.1	-0.8
August - Août	141.0	14,473.5	+5.7	10,265.1	+0.5	140.6	14,391.9	-0.1	10,236.6	-0.2
September - Septembre	140.6	14,521.6	+5.4	10,324.9	+0.5	140.8 ^r	14,653.6 ^r	+1.8 ^r	10,408.9 ^r	+1.7 ^r
October - Octobre	140.5	14,297.3	+2.8	10,177.5	-1.9	140.7 ^r	14,464.4 ^r	-1.3 ^r	10,278.9 ^r	-1.2 ^r
November ^r - Novembre ^r	140.6	15,182.9	+5.0	10,801.4	+0.8	140.6	14,590.8	+0.9	10,374.7	+0.9
December ^p - Décembre ^p	140.5	17,909.8	+0.7	12,750.5	-3.1	140.9	14,644.3	+0.4	10,394.5	+0.2
Year - Année	139.4	172,744.7	+4.6	123,881.1	+0.4

¹ Seasonally adjusted constant dollar estimates are derived by deflating with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate. For more details, see the Appendix VI and VII.

¹ La désaisonnalisation des estimations en dollars constants s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants. Pour plus de détails, consulter l'appendice VI et VII.

TABLE 29. Retail Trade, by Kind of Business and by Kind of Business Group, Canada

		1989						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.								
Kind of business:		thousands of dollars – milliers de dollars						
1	Combination stores (groceries and meat)	2,214,876	2,160,005	2,453,457	2,363,263	2,431,497	2,613,359	2,445,998
2	Grocery confectionery and sundries stores	613,226	584,971	656,558	654,645	721,869	753,795	781,106
3	All other food stores	225,345	221,189	253,418	240,220	263,036	280,759	279,242
4	Food group	3,053,447	2,966,165	3,363,433	3,258,128	3,416,402	3,647,913	3,506,346
5	Department stores	738,393	733,963	967,308	1,022,150	1,131,556	1,130,685	963,791
6	General merchandise stores	210,580	204,956	240,441	244,932	264,440	265,549	245,933
7	General stores	169,355	166,505	188,337	192,746	216,102	232,171	219,564
8	Variety stores	52,104	55,150	70,262	72,474	83,802	86,290	77,484
9	General merchandise group	1,170,432	1,160,574	1,466,348	1,532,302	1,695,900	1,714,695	1,506,772
10	Men's clothing stores	107,238	84,518	110,957	137,032	151,800	163,805	115,124
11	Women's clothing stores	216,873	186,729	249,843	285,155	301,316	298,912	264,126
12	Family clothing stores	146,468	126,697	175,664	197,992	213,426	217,090	184,605
13	Specialty shoe stores	24,789	19,012	21,960	28,664	29,839	31,460	26,277
14	Family shoe stores	81,531	64,782	87,723	110,913	121,088	118,873	99,750
15	All other apparel and accessories stores	110,864	91,975	108,415	111,779	110,902	123,124	108,227
16	Apparel and accessories group	687,763	573,713	754,562	871,535	928,371	953,264	798,109
17	Hardware stores	112,923	104,782	124,028	155,142	209,108	217,269	189,772
18	Household furniture stores	159,978	151,389	163,082	175,638	175,596	185,477	179,447
19	Household appliance stores	52,030	43,809	52,481	55,756	60,524	63,966	57,516
20	Furniture, T.V., radio and appliance stores	125,790	113,153	134,001	141,720	152,353	170,703	164,861
21	Appliance repair shops	31,507	29,591	32,139	33,049	37,058	38,990	38,184
22	All other home furnishings stores	381,886	352,473	415,209	403,566	418,621	438,518	423,916
23	Hardware and home furnishings	864,114	795,197	920,940	964,871	1,053,260	1,114,923	1,053,696
24	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	628,627	598,246	666,056	625,279	656,649	673,779	644,660
25	Book and stationery stores	74,418	75,255	80,924	69,192	75,891	80,284	74,683
26	Florists	39,896	57,436	55,895	50,933	80,894	60,373	43,652
27	Jewellery stores	64,731	65,957	71,059	77,264	92,691	99,761	85,890
28	Jewellery repair shops	5,230	3,069	3,366	3,377	3,734	3,879	3,160
29	Sporting goods and accessories stores	185,001	153,835	183,750	240,002	319,168	313,951	274,905
30	Personal accessories stores	182,692	164,877	196,911	195,923	217,658	235,853	237,636
31	Alcoholic beverage stores	365,553	374,937	497,968	454,324	504,909	575,173	601,155
32	All other stores	222,796	214,135	266,775	326,161	441,979	442,199	413,450
33	Other stores group	1,768,944	1,707,747	2,022,704	2,042,455	2,393,573	2,485,252	2,379,191
34	Total excluding automotive group	7,544,700	7,203,396	8,527,987	8,669,291	9,487,506	9,916,047	9,244,114
35	Motor vehicle dealers	2,322,815	2,596,431	3,279,264	3,799,035	3,830,775	3,467,759	2,936,485
36	Used car dealers	82,330	87,230	110,164	119,519	124,681	120,352	103,336
37	Service stations	981,574	954,874	1,069,010	1,056,383	1,177,194	1,205,046	1,230,430
38	Garages	140,383	136,226	152,839	156,934	175,416	178,181	165,424
39	Automotive parts and accessories stores	237,908	206,202	266,320	337,877	421,254	433,433	367,064
40	All other automotive businesses	216,082	217,725	247,094	252,535	270,200	274,264	258,495
41	Automotive group	3,981,092	4,198,688	5,124,691	5,722,283	5,999,520	5,679,035	5,016,234
42	TOTAL ALL STORES	11,525,792	11,402,084	13,652,678	14,391,574	15,487,026	15,595,082	14,305,348

TABEAU 29. Commerce de détail par genre de commerce et par groupes de genres de commerce, Canada

1989					1988	Per cent change	
August	September	October	November ^r	December ^p	December	Variation procen- tuelle	
Août	Septembre	Octobre	Novembre ^r	Décembre ^p	Décembre	December 1989/1988	
						Décembre 1989/1988	
thousands of dollars – milliers de dollars							
Genre de commerce:							
2,417,765	2,544,483	2,334,053	2,457,555	2,846,991	2,812,605	+ 1.2	Épiceries - Boucheries
768,102	731,435	709,381	672,285	728,000	712,494	+ 2.1	Épiceries, confiseries et articles divers
273,637	263,028	259,232	263,226	337,670	329,664	+ 2.4	Tous les autres magasins d'aliments
3,459,504	3,538,946	3,302,666	3,393,066	3,912,661	3,854,763	+ 1.5	Groupe de l'alimentation
1,094,878	1,135,644	1,140,732	1,516,268	2,180,388	2,184,766	-0.2	Grands magasins
248,610	293,069	306,245	372,754	357,197	359,433	-0.6	Magasins de marchandises diverses
221,515	210,152	209,921	215,350	244,457	240,424	+ 1.6	Magasins généraux
85,200	84,423	83,577	99,335	160,510	163,771	-1.9	Bazars
1,650,203	1,723,288	1,740,475	2,203,707	2,942,552	2,948,394	-0.2	Groupe de marchandises diverses
112,549	149,022	153,601	190,383	299,522	295,071	+ 1.5	Magasins de vêtements pour hommes
280,285	324,177	289,519	312,556	454,731	447,853	+ 1.5	Magasins de vêtements pour dames
217,066	236,243	219,316	246,369	388,337	376,193	+ 3.2	Magasins de vêtements pour la famille
27,365	31,796	30,661	31,588	34,776	36,914	-5.7	Magasins de chaussures spécialisées
112,624	127,226	122,072	142,571	159,556	164,188	-2.8	Magasins de chaussures pour la famille
122,810	135,317	139,262	162,980	203,167	186,884	+ 8.7	Autres magasins de vêtements et accessoires
872,699	1,003,781	954,431	1,086,447	1,540,089	1,507,103	+ 2.1	Habillement et accessoires
178,136	166,513	161,919	172,324	190,290	196,082	-2.9	Quincailleries
191,554	198,601	182,306	198,037	204,908	205,259	-0.1	Magasins de meubles
61,130	65,071	62,248	69,308	70,389	76,353	-7.8	Magasins d'appareils ménagers
165,534	156,059	154,508	165,854	170,882	177,532	-3.7	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires
40,837	37,995	38,062	40,226	41,378	37,464	+ 10.4	Réparation d'appareils électro-ménagers
446,211	461,288	454,456	502,799	690,583	681,921	+ 1.2	Autres articles d'ameublement
1,083,402	1,085,527	1,053,499	1,148,548	1,368,430	1,374,611	-0.5	Groupe des quincailleries, meubles et fournitures de maison
676,910	659,566	680,250	693,100	882,457	845,443	+ 4.3	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté
91,399	88,256	78,299	102,393	191,395	186,247	+ 2.7	Librairies et papeteries
49,308	49,803	47,929	47,517	82,474	84,004	-1.8	Fleuristes
88,643	86,106	85,300	113,798	297,560	302,939	-1.7	Bijouteries
3,539	3,585	3,630	3,947	4,867	5,104	-4.7	Ateliers de réparation de bijoux
254,624	230,076	194,073	209,410	353,372	320,612	+ 10.2	Magasins d'articles de sport et d'accessoires
253,803	231,156	219,299	262,091	425,320	409,588	+ 3.8	Magasins d'accessoires personnels
566,043	541,366	460,521	506,790	949,332	972,547	-2.4	Magasins de boissons alcooliques
388,331	364,078	325,851	344,590	404,514	396,369	+ 2.0	Tous les autres magasins
2,372,600	2,253,992	2,095,152	2,283,636	3,591,291	3,522,853	+ 1.9	Groupe de tous les autres magasins
9,438,408	9,605,534	9,146,223	10,115,404	13,355,023	13,207,724	+ 1.1	Total excluant groupe de l'automobile
2,931,783	2,910,669	3,125,825	2,993,532	2,412,124	2,604,056	-7.3	Concessionnaires d'automobiles
109,561	104,090	106,716	99,407	81,130	86,575	-6.2	Vendeurs d'automobiles d'occasion
1,226,206	1,149,761	1,155,395	1,129,785	1,183,783	1,073,717	+ 10.2	Stations-service
167,024	161,766	172,789	179,012	161,903	144,521	+ 12.0	Garages
333,448	335,157	328,751	393,569	474,785	445,350	+ 6.6	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles
267,070	254,651	261,644	272,151	241,066	211,047	+ 14.2	Autres commerces dans le domaine de l'automobiles
5,035,092	4,916,094	5,151,120	5,067,456	4,554,791	4,565,266	-0.3	Groupe de l'automobile
14,473,500	14,521,628	14,297,343	15,182,860	17,909,814	17,772,990	+ 0.7	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS

TABLE 30

Retail Trade, by Kind of Business Group,¹ 1987-1989

Yukon

TABLEAU 30

Commerce de détail, par groupes de genres de commerce¹, 1987-1989

Yukon

	Food group	General merchandise and apparel group	Auto-mobile dealers	Auto-motive group	Hardware, home furnishings and other retail stores group	Total all stores	Per cent ² change
	Groupe d'alimentation	Groupe de magasins de marchandises diverses et de vêtements	Concessionnaires d'auto-mobiles	Groupe d'auto-mobiles	Groupe de quincailleries, de magasins de meubles et de tous les autres magasins de détail	Total, ensemble des magasins	Variation ² procentuelle
thousands of dollars - milliers de dollars							
1987:							
January - Janvier	3,310	2,033	1,302	1,130	1,937	9,712	+ 8.3
February - Février	3,155	2,176	1,680	1,147	1,964	10,122	+ 22.3
March - Mars	3,255	2,422	1,510	1,337	2,261	10,785	+ 17.4
April - Avril	3,819	2,467	1,851	1,365	2,671	12,173	+ 21.4
May - Mai	4,038	2,864	2,323	1,874	2,837	13,936	+ 21.6
June - Juin	4,272	3,002	1,829	2,297	3,482	14,882	+ 12.4
July - Juillet	5,105	3,147	2,814	2,677	3,801	17,544	+ 14.6
August - Août	4,452	3,276	2,349	2,470	3,399	15,946	+ 11.4
September - Septembre	3,651	3,009	2,189	1,851	2,970	13,670	+ 8.0
October - Octobre	3,666	3,586	1,968	1,022	2,796	13,038	+ 2.3
November - Novembre	3,386	3,771	2,466	889	2,808	13,320	+ 16.8
December - Décembre	4,188	5,068	1,627	1,060	3,990	15,933	+ 10.2
Year - Année	46,297	36,821	23,908	19,119	34,916	161,061	+ 13.4
1988:							
January - Janvier	3,694	1,953	1,878	771	2,234	10,530	+ 8.4
February - Février	2,929	2,203	1,987	824	2,111	10,054	-0.7
March - Mars	3,121	2,841	2,627	1,009	2,638	12,236	+ 13.5
April - Avril	3,399	2,734	3,277	873	2,392	12,675	+ 4.1
May - Mai	3,314	3,232	3,126	1,287	2,842	13,801	-1.0
June - Juin	3,800	3,442	2,866	1,606	3,400	15,114	+ 1.6
July - Juillet	4,289	3,468	2,388	1,816	3,571	15,532	-11.5
August - Août	3,982	3,684	3,136	1,538	3,544	15,884	-0.4
September - Septembre	3,905	3,621	2,656	1,560	3,154	14,896	+ 9.0
October - Octobre	3,907	3,798	2,171	975	2,966	13,817	+ 6.0
November - Novembre	3,660	3,850	2,273	1,032	3,198	14,013	+ 5.2
December - Décembre	4,073	5,719	1,912	909	4,611	17,224	+ 8.1
Year - Année	44,073	40,545	30,297	14,200	36,661	165,776	+ 2.9
1989:							
January - Janvier	3,331	2,226	1,629	1,108	2,780	11,074	+ 5.2
February - Février	3,353	2,274	2,250	1,023	2,298	11,198	+ 11.4
March - Mars	3,550	2,820	2,664	898	2,736	12,668	+ 3.5
April - Avril	3,520	3,045	2,975	997	2,834	13,371	+ 5.5
May - Mai	4,057	3,543	3,157	1,428	3,318	15,503	+ 12.3
June - Juin	5,450	3,651	3,315	1,269	3,704	17,389	+ 15.1
July - Juillet	5,048	3,487	2,782	1,520	3,961	16,798	+ 8.1
August - Août	5,541	3,838	2,578	1,429	3,958	17,344	+ 9.2
September - Septembre	4,532	3,953	2,783	1,089	3,652	16,009	+ 7.5
October - Octobre	4,006	3,844	3,046	889	3,220	15,005	+ 8.6
November ^f - Novembre ^f	4,339	4,509	2,445	847	3,406	15,546	+ 10.9
December ^p - Décembre ^p	4,273	6,324	2,363	890	4,696	18,546	+ 7.7
Year - Année	51,000	43,514	31,987	13,387	40,563	180,451	+ 8.9

¹ For composition of kind of business groups, see page 89. - Pour la composition par groupe de genres de commerce, voir la page 89.

² Percentage changes shown are over-the-year changes. - Les pourcentages indiquent les variations au cours de l'année.

TABLE 31

Retail Trade, by Kind of Business Group,¹ 1987-1989

Northwest Territories

TABLEAU 31

Commerce de détail, par groupes de genres de commerce¹, 1987-1989

Territoires du Nord-Ouest

	Food group	General merchandise and apparel group	Auto-mobile dealers	Auto-motive group	Hardware, home furnishings and other retail stores group	Total all stores	Per cent ² change
	Groupe d'alimentation	Groupe de magasins de marchandises diverses et de magasins de vêtements	Concessionnaires d'auto-mobiles	Groupe d'auto-mobiles	Groupe de quincailleries, de magasins de meubles et de tous les autres magasins de détail	Total, ensemble des magasins	Variation ² procentuelle
1987: thousands of dollars - milliers de dollars							
January - Janvier	3,811	8,945	1,258	710	3,524	18,248	+ 3.4
February - Février	3,547	7,865	1,354	745	3,631	17,142	-1.4
March - Mars	3,765	10,635	1,514	816	3,900	20,630	-0.1
April - Avril	4,003	9,626	1,757	755	3,901	20,042	+ 1.4
May - Mai	4,696	10,820	1,666	685	4,723	22,590	+ 8.6
June - Juin	4,584	10,257	1,899	892	4,494	22,126	+ 1.2
July - Juillet	4,709	9,638	1,866	1,072	4,685	21,970	+ 9.1
August - Août	4,246	10,088	1,321	985	4,336	20,976	+ 3.2
September - Septembre	4,264	10,255	1,109	1,084	4,267	20,979	-3.9
October - Octobre	4,401	11,849	1,206	1,094	4,690	23,240	+ 5.4
November - Novembre	3,575	10,666	1,297	999	4,792	21,329	+ 4.2
December - Décembre	4,190	13,762	1,078	976	6,409	26,415	-5.1
Year - Année	49,791	124,406	17,325	10,813	53,352	255,687	+ 2.0
1988:							
January - Janvier	3,603	8,651	1,218	1,240	3,834	18,546	+ 1.6
February - Février	3,504	8,705	1,609	1,404	3,920	19,142	+ 11.7
March - Mars	3,929	11,083	1,968	1,422	4,873	23,275	+ 12.8
April - Avril	3,746	10,350	1,359	1,211	4,184	20,850	+ 4.0
May - Mai	3,932	11,845	1,879	1,405	4,534	23,595	+ 4.4
June - Juin	4,372	11,836	1,905	1,479	5,323	24,915	+ 12.6
July - Juillet	4,124	11,644	2,569	1,691	5,033	25,061	+ 14.1
August - Août	4,007	11,219	1,895	1,909	5,020	24,050	+ 14.7
September - Septembre	4,026	11,660	2,502	1,713	5,247	25,148	+ 19.9
October - Octobre	4,165	12,434	1,651	1,680	5,149	25,079	+ 7.9
November - Novembre	3,951	12,546	1,630	1,720	4,914	24,761	+ 16.1
December - Décembre	4,713	15,762	1,565	1,592	7,253	30,885	+ 16.9
Year - Année	48,072	137,735	21,750	18,466	59,284	285,307	+ 11.6
1989:							
January - Janvier	3,781	8,982	1,441	1,774	3,635	19,613	+ 5.8
February - Février	3,533	9,364	1,082	1,598	4,175	19,752	+ 3.2
March - Mars	3,842	11,172	1,389	1,724	4,631	22,758	-2.2
April - Avril	4,096	11,844	1,536	1,340	4,524	23,340	+ 11.9
May - Mai	4,502	12,795	1,249	1,549	4,796	24,891	+ 5.5
June - Juin	4,934	13,020	2,306	1,663	5,974	27,897	+ 12.0
July - Juillet	4,299	11,803	1,283	1,816	5,749	24,950	-0.4
August - Août	4,377	12,447	1,115	1,880	5,548	25,367	+ 5.5
September - Septembre	4,454	13,086	1,397	1,715	5,148	25,800	+ 2.6
October - Octobre	4,316	12,874	1,321	1,777	5,180	25,468	+ 1.6
November ^f - Novembre ^f	4,236	13,464	1,010	1,644	5,437	25,791	+ 4.2
December ^P - Décembre ^P	4,609	16,295	895	1,545	7,521	30,865	-0.1
Year - Année	50,979	147,146	16,024	20,025	62,318	296,492	+ 3.9

¹ For composition of kind of business groups, see page 89. - Pour la composition par groupe de genres de commerce, voir la page 89

² Percentage changes shown are over-the-year changes. - Les pourcentages indiquent les variations au cours de l'année.

Appendix

Appendice

Appendix I

Scope of the Survey

Of the major monthly surveys conducted by Statistics Canada, the Retail Trade Survey is one of the most important, not only because of the large number of respondents who take part in the survey each month (over 17,000), but also because of its purpose and the nature of the information it yields. While the manufacturing industry for example, provides the community with a vast array of products, it is through the trade sector that all of its products are marketed, bought and sold by the various levels of the domestic economy and finally reach the Canadian consumer. The development of modern economic theories has focused mainly on the concept of (national) demand for goods and services in an effort to understand and explain the various economic relationships that make up the economic system. Moreover, in recent decades, management of national demand for the whole economy, largely based on these theories, has become a priority in the short and medium term economic policies of governments of the industrialized countries. **The current measure of retail trade is, therefore, one of the key components used by statisticians and economists to estimate consumption levels and final consumer demand,** as shown in the national accounts and the many economic indicators derived from them.

This monthly publication contains the latest results from the survey of retail sales of goods by merchants, traders, dealers and retailers operating within Canada's borders. For the purposes of this survey, industries included in retail trade are, according to the Standard Industrial Classification,¹ those whose establishments are "primarily engaged in (...) buying commodities for resale to the general public for personal or household consumption and in providing related services". The estimates are broken down according to the **Classification by Kind of Business** (a refinement of the 1970 Standard Industrial Classification), by regions and for four metropolitan areas. These data are obtained from a statistical survey that combines both sampling and census procedures. Survey respondents are divided into two broad categories, **independent and chain stores**, on the basis of their structure, and then each category is surveyed to obtain their monthly sales (see Appendix II for more details).

¹ See Division J of the **1980 Standard Industrial Classification Manual**, Catalogue 12-501E.

Appendice I

Champ de l'enquête

Des grandes enquêtes statistiques couramment administrées par Statistique Canada, l'enquête mensuelle sur le commerce de détail est l'une des plus importantes. Non seulement en raison du nombre de répondants qui à chaque mois collaborent à l'enquête (plus de 17,000 enquêtés) mais aussi par son objet et la nature de l'information qui en découle. Car si l'activité de production par exemple, permet à la collectivité de se procurer une vaste gamme de produits, c'est toutefois grâce au commerce que cette multitude de biens est transigée et échangée sur des marchés entre les différents agents économiques pour finalement parvenir jusqu'au consommateur canadien. Or le développement des théories économiques contemporaines a largement mis l'accent sur le concept de la demande (nationale) de biens et services afin de mieux comprendre et expliquer les diverses relations économiques qui articulent le système économique. Par surcroît, la gestion de la demande nationale de toute une économie, en grande partie inspirée de ces théories, est devenue au cours des dernières décennies, l'une des priorités des grandes politiques économiques de court et moyen termes des gouvernements de pays industrialisés. **La mesure courante du commerce de détail constitue par conséquent l'une des principales composantes qui permet aux statisticiens et aux économistes d'estimer le niveau de la consommation de biens et d'évaluer la demande finale des consommateurs** telle que présentée dans les comptes nationaux et les nombreux indicateurs économiques qui en sont dérivés.

Cette publication mensuelle présente donc les plus récents résultats de l'enquête sur les ventes au détail de biens par des marchands, des commerçants, des concessionnaires ou des détaillants opérant à l'intérieur des limites du territoire canadien. Aux fins de cette enquête, les industries considérées comme appartenant au commerce de détail sont, d'après la classification type des industries¹, celles dont les établis-sements ont comme "activité principale (...) l'achat de marchandises dans le but de les revendre au public pour usage personnel ou ménager et offrent des services qui s'y rattachent." Les estimations sont ventilées suivant la **Classification par genre de commerce** (une extension plus fine de la Classification des activités économiques de 1970) de même que par région ainsi que pour quatre zones métropolitaines. Ces données sont obtenues à partir d'une enquête statistique qui est l'amalgame d'un échantillonnage et d'un recensement. Suivant leur structure, les répondants à l'enquête sont divisés en deux grandes catégories, **les magasins indépendants et à succursales** et chaque catégorie est par la suite enquêtée afin d'estimer leurs ventes mensuelles respectives (voir l'appendice II pour plus de détails).

¹ Voir la division J du manuel de la **Classification type des industries**, 1980, n° 12-501F au catalogue.

The information provided by this survey is not only important to the various levels of government but is equally valuable to businesses that regularly carry on or are involved in retail trade in some form. Market analysts in particular will find this publication to be of great interest. Other retail trade statistics (new motor vehicle sales, department store sales and stocks, merchandising inventories and so on) are also disseminated to the general public and published regularly in other monthly bulletins.² For more information on this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-9656.

L'information fournie par cette enquête est tout aussi utile aux intervenants qui, de façon ponctuelle, opèrent ou sont impliqués d'une manière ou d'une autre dans le commerce au détail qu'aux différents paliers de gouvernements. Les analystes de marché tout spécialement, seront intéressés par le contenu de cette publication. D'autres statistiques reliées au commerce de détail (les ventes de véhicules automobiles neufs, les ventes et stocks des grands magasins, les stocks commerciaux, etc...) sont également disponibles et diffusées au grand public en plus d'être régulièrement publiées dans différents bulletins mensuels². Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquêtes statistiques de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, tél: (613) 951-9656.

² The publication entitled **Retail Trade, Historical Statistics 1972-1979** (Catalogue 63-538) not only contains historical time series, but is also a valuable source of detailed information. See the selected publications section at the back of this bulletin for other references.

² La publication intitulée **Commerce de détail, statistiques historiques, 1972-1979** (n° 63-538 au catalogue) constitue une source très intéressante de renseignements détaillés en plus des séries chronologiques qui y sont présentées. Pour d'autres références, consulter la section du choix des publications à la fin du présent bulletin.

Appendix II

Definitions

"**Retail Trade**", for the purpose of this report, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A "**retail location**", as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses, which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes: retail sales through ancillary units, e.g., warehouses, head offices, etc.; sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include: trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others, proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail) and the sales and receipts of concessionaires operating within the outlet. Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes collected for remittance to a government agency are excluded.

Classification

Kind of Business¹

Estimates of retail trade are stratified by region and by kind-of-business groupings which are based on the Standard Industrial Classifications and the retail kind-of-business categories employed in the 1966 Census of Merchandising and Services. Since the monthly retail trade survey is a "location" survey, as noted above, each individual (retail) location of a firm is assigned a kind-of-business code based on its major activity (or type of commodities sold).

¹ For a detailed definition of each kind of business, see **Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979**, Catalogue 63-538.

Appendice II

Définitions

"**Commerce de détail**" signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un "**point de vente au détail**", suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires, par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc., ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et usagées et des recettes provenant de réparations, de locations de matériel de la vente de repas et d'autres activités de services, **moins** la valeur des rendus, les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également; la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel et les ventes et recettes des concessions exploitées dans les points de ventes. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente perçues pour le compte d'un organisme public.

Classification

Genre de commerce¹

Les estimations relatives au commerce de détail sont stratifiées par région et par groupe de genre de commerce. Ces groupes sont fondés sur la Classification des activités économiques et les catégories de genre de commerce de détail qui ont été utilisées lors du recensement du commerce et des services de 1966. Étant donné que l'enquête mensuelle du commerce de détail est axée sur les points de vente comme on l'a indiqué ci-dessus, chaque point de vente au détail d'une entreprise se voit attribuer un code "genre de commerce" d'après son activité principale (ou le genre de marchandises vendues).

¹ Pour une définition complète de chaque genre de commerce, consulter la publication **Commerce de détail statistiques historiques 1972-1979**, n° 63-538 au catalogue.

In this report, retail trade is stratified into 27 major kind-of-business groupings plus a miscellaneous category. In order to increase the usefulness of these statistics, the composition of each kind-of-business group is described at the end of the report.

Kind of Organization

The retail trade estimates, in addition to being stratified by kind-of-business groupings, are also broken down into chain and independent components. Firms are classified to the chain store component based on the following definition:

Chain store organization "an organization operating four or more retail outlets in the same kind of business, under the same legal ownership".

Any firm not meeting the above definition is automatically classified as an "independent" organization, the only exception being "department stores" which are classified in their entirety to the chain component.

Dans la présente publication, le commerce de détail est stratifié selon 27 grands groupes de genre de commerce, outre la catégorie "Marchands divers". Pour rendre ces statistiques plus utiles, nous décrivons la composition de chaque groupe de genre de commerce à la fin de la publication.

Type d'entreprise

En plus d'être stratifiées selon le genre de commerce, les estimations relatives au commerce de détail sont ventilées entre magasins à succursales et magasins indépendants. Les entreprises qui répondent à la définition suivante sont classées dans la catégorie des magasins à succursales:

Magasins à succursales "entreprise exploitant au moins quatre points de vente au détail dans un même genre de commerce, sous une même appartenance juridique".

Toute entreprise dont le schéma de structure ne concorde pas avec la définition ci-dessus est classée automatiquement dans la catégorie des magasins indépendants, la seule exception étant les "grands magasins" qui sont portés en totalité dans la catégorie des magasins à succursales.

Appendix III

Methodology

Retail trade estimates are derived from a survey of Canadian "retail locations". Businesses are first classified to the retail sector on the basis of "census value added",² which is defined in retail trade as the difference between sales and the purchase price of the goods sold in a particular period. Companies which fall into the retail sector are then further classified to specific categories of business (using the three-digit 1960 Standard Industrial Classification code) on the basis of "major activity" - the proportion of sales accounted for by each kind of business or by each type of commodity sold.

The next step in the classification procedure is to survey those businesses selected for the sample in order to obtain information on the number and activity of locations operated. Such information is required not only to determine if individual businesses, particularly multi-location businesses, qualify for treatment as "chains" (see definition Appendix II) but also to isolate retail locations from non-retail and make possible a more precise classification of each to one of more than 90 "kinds of business", which are subsequently grouped into 28 trade groups for purposes of publication.

Because this is a location-oriented survey, the scope of coverage is extended to include retail locations operated by non-retailing businesses. When it is determined that a manufacturer (for example) operates one or more retail locations, the same treatment is given as outlined above. Retail locations can be operated by businesses whose principal activity is manufacturing, wholesaling, government, construction, etc.

The design of the survey provides the facility to revise the monthly estimates to account for late responses. Each month the publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month.

The monthly retail trade estimates contained in this report are produced by means of a sample survey using methodology which differs substantially from that used for the estimates published to the end of 1974.

² For additional information, see the **1970 Standard Industrial Classification Manual**, Catalogue 12-501E, Pages 9-11.

Appendice III

Méthodologie

Les estimations du commerce de détail sont tirées d'une enquête sur les "points de vente" au détail au Canada. Les entreprises sont d'abord classées dans le secteur du commerce de détail d'après la "valeur ajoutée recensée"², qui représente dans ce secteur, la différence entre le prix de vente et le prix d'achat des biens vendus pendant une période déterminée. Les sociétés qui appartiennent au commerce de détail sont ensuite classées dans des catégories précises d'activités (code à trois chiffres de la Classification des activités économiques de 1960) d'après la "principale activité", c'est-à-dire d'après la proportion des ventes dont rend compte chaque genre de commerce ou chaque type de marchandises vendues.

L'étape suivante du travail de classification consiste à faire un relevé des entreprises échantillonnées dans le but d'obtenir des renseignements sur le nombre de points de vente et leur activité. De tels renseignements servent non seulement à déterminer si des entreprises particulières, notamment les entreprises à points de vente multiples, peuvent être considérées comme des "magasins à succursales" (voir définition Appendice II), mais aussi à distinguer les points de vente au détail des autres types de points de vente et d'ainsi assurer un classement plus précis de chacun d'eux parmi plus de 90 genres de commerce. Subséquemment, ces genres de commerce sont agrégés en 28 groupes pour fins de publication.

L'enquête étant axée sur les points de vente, le champ d'enquête a été étendu aux points de vente au détail exploités par des entreprises autres que des magasins de détail. Lorsqu'on a établi, par exemple, qu'un fabricant exploite un ou plusieurs locaux de vente au détail, on procède de la même façon qu'indiquée ci-dessus. Des locaux de vente au détail peuvent être exploités par des entreprises dont l'activité principale est la fabrication, le commerce de gros, l'administration publique, la construction, etc.

Le système supportant l'enquête permet la révision des estimations mensuelles afin de tenir compte des réponses tardives. La publication mensuelle fournira donc des données provisoires pour le mois en cours et des données révisées pour le mois précédent.

On établit les estimations mensuelles relatives au commerce de détail que renferme la présente publication au moyen d'une enquête par sondage dont la méthodologie diffère sensiblement de celle utilisée pour les estimations qui ont paru jusqu'à la fin de 1974.

² Pour de plus amples renseignements, voir le manuel de la **Classification des activités économiques, 1970**, n° 12-501F au catalogue, pages 9-11.

The new methodology was primarily developed because, after 1969, there was no adequate source of information available to update the independent portion of the old sample to account for firms coming into existence (births) and/or going out of business (deaths). The levels established by the new sample indicate there was a downward bias in the old sample which had grown to about 4% in 1974. Even so, the monthly trends are relatively consistent between the old and new samples.

Sample

A Revenue Canada (Taxation) list, supplemented by chain and department store lists and an area file list, comprises the universe for this survey. A sample of approximately 16,000 independent firms, stratified by region³ and by the Standard Industrial Classification code has been selected from this universe and surveyed in order to verify the kind of business of each firm. Estimates are then produced monthly, stratified by trade group and region.

The method used for the estimation of total retail sales is one in which **each** sampled unit's reported data is inflated to universe levels by multiplying the reported data of the sampled unit by the inverse of the probability of selection for the unit. For firms which do not respond on time⁴ in a particular month, an estimate is imputed using a statistical technique which employs a number of components such as: cell averages, last month's sales, other trends, etc. Consequently each firm in the sample must have an individual estimate of sales.

The results of the survey are not linked to census results. Instead, the estimates derived in the course of the survey will be compared with census data in order to determine the cause of any differences which may be found to exist between the two levels. Based on these findings, revisions will then be made to compensate for any errors or discrepancies discovered (such as in coding of firms to erroneous kinds of business codes, over-estimation in particular cells, etc.).

Cette nouvelle méthodologie fut principalement mise en application parce qu'il n'existait plus de source adéquate de renseignements disponibles, après 1969, pour mettre à jour la partie indépendante de l'ancien échantillon pour tenir compte des nouvelles entreprises (créations) et (ou) de celles qui fermaient leurs portes (disparitions). Le niveau des ventes déterminé par le nouvel échantillon démontre qu'il y avait un certain degré de sous-estimation, laquelle sous-estimation avait atteint 4% en 1974. Néanmoins les tendances mensuelles mesurées par l'ancien ainsi que par le nouvel échantillon sont passablement similaires.

Échantillon

La liste de Revenu Canada (Impôt) a été complétée par la liste des magasins à succursales ainsi que des grands magasins et par une liste de fichier aréolaire pour reconstituer l'univers de cette enquête. Un échantillon d'environ 16,000 entreprises indépendantes, stratifié par région³ et selon le schéma de codage de la Classification des activités économiques, a été prélevé sur cet univers et a fait l'objet d'une enquête en vue de déterminer le genre d'activité de chaque entreprise. Des estimations sont ensuite établies tous les mois et stratifiées selon le groupe de commerce et la région.

La méthode d'estimation des ventes totales au détail consiste à gonfler les données déclarées par **chaque** unité échantillonnée aux dimensions de l'univers en multipliant les données de l'unité par l'inverse de la probabilité de choix de l'unité. Dans le cas des entreprises non déclarantes à temps⁴ un mois donné, on procède à une imputation à l'aide d'une méthode statistique qui fait intervenir divers éléments comme les moyennes de cellule, les ventes du dernier mois, d'autres tendances, etc. Ainsi, il doit y avoir une estimation des ventes pour chaque entreprise échantillonnée.

Les résultats de l'enquête ne sont pas raccordés à ceux du recensement. Une étude comparative entre les estimations obtenues dans le cadre de cette enquête ainsi que celles obtenues lors d'un recensement sera effectuée afin de déterminer la cause de tout écart entre les deux niveaux, ce qui nous permettra de rectifier les statistiques et de compenser les erreurs ou les divergences relevées (comme un classement erroné selon le genre de commerce, une surestimation dans des cellules particulières, etc.).

³ The metropolitan areas of Montréal, Toronto, Winnipeg and Vancouver are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

⁴ Late responses are included in revised estimates.

³ Les zones métropolitaines de Montréal, de Toronto, de Winnipeg et de Vancouver correspondent aux zones métropolitaines du recensement de 1971.

⁴ Les déclarations tardives sont toujours considérées dans le calcul des estimations révisées.

Appendix IV

Components of the Survey Universe

The universe used for this survey is composed of two basic parts: a master file list (including chain and department store components) and an area file list. These components provide an adequate representation of the retail trade universe.

The Survey Master File

The survey master file is based on a series of profiles developed from the retail store portion of the Revenue Canada (Taxation) master file and is stratified by region and by Standard Industrial Classification code. This component is a list of all retail businesses having a payroll deduction account number (i.e., having employees for whom payroll deductions are made). It is updated monthly for new firms coming into business, for firms going out of business and, in the case of existing firms, for any changes in name, address or nature (kind) of business. These updates originate from both Revenue Canada (Taxation) and from Statistics Canada survey sources. As these updates are received, firms going out of business are dropped from the sample and a sample of births is selected from among new firms which have gone into business, thus providing a monthly birth/death adjustment.

Records on the survey master file are sampled using a given probability of selection determined by geographical location, Standard Industrial Classification code and cell size. To create the original sample file, the complete survey master file was sampled. Since that time, only the births have been sampled each month.

Chain and Department Store Component

The chain and department store list is a sub-set of the survey master file component. The businesses on this list are those which have been identified (from Statistics Canada sources) as chains or department stores and which have been sampled with certainty (i.e., each business is surveyed). This component, as well as being updated monthly using Revenue Canada information, is also updated annually. The annual updates are based primarily on returns obtained in the course of the Annual Chain and Department Store Survey, as well as on information derived from other sources such as trade magazines, etc.

Appendice IV

Éléments de l'univers de l'enquête

L'univers de l'enquête comprend deux éléments fondamentaux: une liste de fichier principal (y compris les éléments magasins à succursales et grands magasins) et une liste de fichier aréolaire. Ces éléments représentent de manière adéquate l'univers du commerce de détail.

Fichier principal de l'enquête

Le fichier principal de l'enquête du commerce de vente au détail est fondé sur une série de profils tirés de la fraction du fichier principal de Revenu Canada (Impôt) se rapportant aux commerces de vente au détail et est stratifié par région et selon le schéma de codage de la Classification des activités économiques. Cet élément du fichier est une liste de toutes les entreprises de vente au détail qui ont un numéro de compte de retenues sur la paye (entreprises ayant des salariés à l'égard desquels des déductions sont faites aux fins de l'impôt). Cette liste est mise à jour tous les mois; il s'agit de prendre en compte la création de nouvelles entreprises, la disparition d'entreprises et dans le cas d'entreprises existantes, tous les changements de nom, d'adresse ou de genre de commerce. Ces mises à jour s'appuient sur des enquêtes de Revenu Canada (Impôt) et de Statistique Canada. Dès que l'on dispose de ces mises à jour, les entreprises qui cessent toute activité sont éliminées de l'échantillon et un échantillon de créations est prélevé sur les nouvelles entreprises, ce qui permet un ajustement mensuel en fonction des créations et des disparitions.

Des enregistrements du fichier principal de l'enquête sont échantillonnés d'après une probabilité donnée de sélection déterminée par le lieu d'exploitation, le schéma de codage de la Classification des activités économiques et la taille des cellules. Lors de la constitution du fichier de l'échantillon initial, la sélection a porté sur tout le fichier principal de l'enquête. Depuis lors, seules les créations ont fait l'objet d'un échantillonnage tous les mois.

Élément magasins à succursales et grands magasins

La liste des magasins à succursales et des grands magasins constitue un sous-ensemble de l'élément fichier principal de l'enquête. Les établissements commerciaux figurant sur cette liste sont ceux qui ont été identifiés (d'après les documents de Statistique Canada) comme magasins à succursales et grands magasins et qui ont été échantillonnés avec certitude (chaque entreprise fait partie de l'échantillon). Cet élément, qui est mis à jour tous les mois d'après les données de Revenu Canada, fait également l'objet d'une mise à jour annuelle. Ces dernières mises à jour sont fondées principalement sur les déclarations obtenues dans le cadre de l'enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins, ainsi que sur des renseignements puisés à d'autres sources comme les revues portant sur le commerce, etc.

Area File Component

The purpose of the area file, essentially, is to supplement the sample frame. This additional input has two uses:

to provide an estimate for firms which do not appear on the survey master file (i.e., having no employees for whom tax deductions are made);

to compensate for the time lag involved in obtaining a birth adjustment through the survey master file.

The area file was derived by selecting a number of areas in Canada (as defined by the Labour Force Survey), covering all regions with the exception of the Yukon and Northwest Territories. To create the area file portion of the sample frame, the selected areas were completely enumerated by field representatives and an area file composed of all businesses in the selected areas was created. This file was then matched against the survey master file to determine which firms were present on both files. For those firms which appeared on both files, the universe was represented by the sample of firms derived from the survey master file. All unmatched firms (on the area file) automatically became part of the sample file. Every month since the original enumeration, one twelfth of the selected areas have been completely re-enumerated in order to locate any new firms which may have come into existence during the preceding year. These new firms are then matched against the entire survey master file. Similarly, all new businesses which have been added to the survey master file from the Revenue Canada (Taxation) updates are matched each month against the entire area file. Once it has been determined that firms are on both files, they are removed from the area file and given a chance of selection on the survey master file. The remaining unmatched firms on the area file are included in the sample.

Élément fichier géographique (aréolaire)

Le but premier du fichier géographique est de compléter la base de l'échantillon. Cet élément supplémentaire permet:

d'établir une estimation visant les entreprises qui ne figurent pas dans le fichier principal de l'enquête (entreprises ne comptant aucun salarié pour lequel on procède à des déductions aux fins de l'impôt);

de compenser le "retard" d'obtention des ajustements en fonction des créations au moyen du fichier principal de l'enquête.

On a constitué le fichier géographique en choisissant un certain nombre de secteurs géographiques au Canada (à l'aide de données de l'enquête sur la population active) de façon à couvrir tout le territoire canadien à l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest. Les secteurs choisis ont ensuite été entièrement dénombrés par des représentants régionaux et on a ainsi obtenu un fichier géographique comprenant tous les établissements commerciaux de ces secteurs. On a comparé ce fichier au fichier principal de l'enquête pour déterminer quelles entreprises figuraient dans les deux fichiers. Pour ce qui est de ces entreprises, l'univers a été représenté par l'échantillon d'entreprises prélevé sur le fichier principal de l'enquête. Toutes les entreprises sans pendant (dans le fichier aréolaire) ont été automatiquement incorporées au fichier de l'échantillon. Tous les mois depuis le premier dénombrement, un douzième des régions choisies a fait l'objet d'un autre dénombrement complet visant à déterminer quelles nouvelles entreprises ont vu le jour au cours de l'année précédente. Ces nouvelles entreprises sont ensuite réappariées avec le fichier principal de l'enquête. De la même façon toutes les nouvelles entreprises ajoutées au fichier principal de l'enquête au moyen de mises à jour tirées du fichier de Revenu Canada (Impôt) sont réappariées chaque mois avec le fichier géographique. Les entreprises pour lesquelles on a trouvé un pendant au cours des deux processus de comparaison précédemment décrits sont radiées du fichier géographique et demeurent sur le fichier principal de l'enquête où elles ont une probabilité d'être choisies. Le reste des entreprises du fichier géographique pour lesquelles on n'a pas trouvé un pendant sont inclus dans l'échantillon.

Appendix V

Data Reliability

The statistics in this publication are estimates derived from a sample survey and, as such, can be subject to errors. The following material is provided to assist the reader in the interpretation of the estimates published.

Sampling and Non-sampling Errors

Estimates derived from a sample survey are subject to a number of kinds of errors. These errors can be broken down into two major types: sampling and non-sampling.

Sampling Errors

Sampling errors are present because observations are made only on a sample and not on the entire population. The sampling error depends on factors such as the size of the sample, variability in the population, sampling design and method of estimation. For example, for a given sample size, the sampling error will depend on the stratification procedure employed, allocation of the sample, choice of the sampling units and method of selection. (Further, even for the same sampling design, we can make different calculations to arrive at the most efficient estimation procedure.)

In sample surveys, since inference is made about the entire population covered by the survey on the basis of data obtained from only a part of the population, the results are likely to be different than if a complete census was taken under the same general survey conditions. The most important feature of probability sampling is that the sampling error can be measured from the sample itself.

Non-sampling Errors

These errors are present whether a sample or a complete census of the population is taken. Non-sampling errors can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in

Appendice V

Fiabilité des données

Ce bulletin présente des estimations fondées sur une enquête par échantillonnage qui risquent, par conséquent, d'être entachées d'erreurs. La section qui suit vise à faciliter, pour le lecteur, l'interprétation des estimations qui sont publiées.

Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs

Les estimations établies sur la base d'une enquête par échantillonnage sont sujettes à différents types d'erreurs. On les regroupe en deux grandes catégories: les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

Erreurs d'échantillonnage

Ce genre d'erreur existe parce que les observations portent uniquement sur un échantillon, et non sur l'ensemble de la population. L'erreur dépend de facteurs tels que la taille de l'échantillon, la variabilité de la population, le plan de sondage et la méthode d'estimation. Pour une taille donnée d'échantillon, par exemple, l'erreur d'échantillonnage sera fonction de la méthode de stratification adoptée, de l'attribution de l'échantillon, du choix des unités sondées et de la méthode de sélection. (On peut même, dans le cadre d'un seul plan de sondage, effectuer plusieurs calculs pour arriver à la méthode d'estimation la plus efficace.)

Comme, dans une enquête par échantillonnage, on tire des conclusions sur l'ensemble d'une population à partir des données concernant une partie seulement, les résultats seront probablement différents de ceux qu'on aurait obtenus en recensant toute la population dans les mêmes conditions. La principale caractéristique des sondages probabilistes, c'est que l'erreur d'échantillonnage peut être directement mesurée à partir de l'échantillon.

Erreurs non liées à l'échantillonnage

Ces erreurs se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur peut résulter d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre, dans l'explication des questions ou dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some may be unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally decreases with increases in the response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control at the level at which their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication, all attempts have been made to minimize the non-sampling errors; units have been defined in a most precise manner and the most up-to-date listings have been used; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations (interviewers have been instructed to ask the questions as printed on the questionnaires); detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Measures of Sampling and Non-sampling Errors

Sampling Error Measures

The sample used in this survey is one of a large number of all possible samples of the same size that could have been selected using the same sample design under the same general conditions. If it was possible that each one of these samples could be surveyed under essentially the same conditions, with an estimate calculated from each sample, it would be expected that the sample estimates would differ from each other. The average estimate derived from all these possible sample estimates is termed the **expected value**. The expected value can also be expressed as the value which would be obtained if a census enumeration was taken under identical conditions of collection and processing. An estimate calculated from a sample survey is said to be **precise** if it is near the expected value.

Sample estimates may differ from this expected value of the estimates. However, since the estimate is based on a probability sample, the variability of the sample estimate with respect to its expected value can be measured. The **variance** of estimate is a measure of the precision of the sample estimate and is defined as the average, over all possible samples, of the squared difference of the estimate from its expected value.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables ou encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas avec précision l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure que diminue le taux de réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation, etc.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. De plus, il faut les cerner à un niveau où elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. Quant aux estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser les erreurs non liées à l'échantillonnage. Ainsi, les unités ont été définies avec beaucoup de précision, au moyen des listes les plus à jour; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum les différentes interprétations possibles (on a demandé aux interviewers de poser les questions telles qu'elles figurent aux questionnaires); les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Évaluation de l'erreur d'échantillonnage et de l'erreur non liée à l'échantillonnage

Erreur d'échantillonnage

L'échantillon utilisé aux fins de la présente enquête est un des nombreux échantillons de même taille qui auraient pu être choisis selon le même plan et les mêmes conditions. Si chaque échantillon pouvait faire l'objet d'une enquête menée essentiellement dans les mêmes conditions, il faudrait s'attendre à ce que l'estimation calculée varie d'un échantillon à l'autre. On nomme **valeur probable** l'estimation moyenne obtenue de tous les échantillons possibles. Autrement dit, la valeur probable est celle qu'on obtiendrait en recensant toute la population dans des conditions identiques de collecte et de traitement. Une estimation calculée à partir d'une enquête par échantillonnage est dite **précise** lorsqu'elle s'approche de la valeur probable.

Or, les estimations fondées sur un échantillon peuvent ne pas correspondre à la valeur probable. Cependant, comme les estimations proviennent d'un échantillon probabiliste, il est possible d'en mesurer la variabilité par rapport à leur valeur probable. Ainsi, la **variance** d'une estimation, qui en mesure la précision, se définit comme la moyenne, parmi tous les échantillons possibles, des carrés de la différence entre l'estimation et la valeur probable.

Once the sample estimate and the variance of the sample estimate are derived, other measures of precision can be calculated. For example, the **standard error**, defined as the square root of the variance, is a measure of the sampling error in the same units as the estimate (e.g., dollars). The standard error is a measure of precision in absolute terms. The **coefficient of variation**, defined as the standard error divided by the sample estimate, is a measure of precision in relative terms. For comparison purposes one may more readily compare the sampling error of one estimate to the sampling error of another estimate through the use of the coefficient of variation.

The measure of sampling error shown in this publication under Text Table I, "Measures of Reliability", is the coefficient of variation.

The formula used to calculate the published coefficient of variation in Text Table I is:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

Where X = the estimate

S(X) = the standard deviation of X

The percentage error (PE) of X will be:

$$PE(X) = CV(X) \times 100\%.$$

For example, an estimate X = \$8,000,000 with a standard deviation S(X) = \$400,000 has a coefficient of variation of .05 and assuming a normal distribution we can say; "the probability is approximately 68% that the actual percentage error in the \$8,000,000 estimate is less than 5%".

Une fois qu'on a calculé l'estimation et sa variance, il devient possible de mesurer la précision autrement. Par exemple, l'**erreur-type**, soit la racine carrée de la variance, mesure l'erreur d'échantillonnage dans la même unité que l'estimation (en dollars, notamment). Autrement dit, l'erreur-type mesure la précision en termes absolus. Par contre, le **coefficient de variation**, c'est-à-dire l'erreur-type divisée par l'estimation, mesure la précision en termes relatifs. Ainsi, l'emploi du coefficient de variation facilite la comparaison de l'erreur d'échantillonnage de deux estimations.

C'est le coefficient de variation qui sert à évaluer l'erreur d'échantillonnage au tableau explicatif I "Mesure de la fiabilité".

Voici la formule utilisée pour calculer les coefficients de variation du tableau explicatif I:

$$CV(X) = \frac{S(X)}{X}$$

dans laquelle X est l'estimation

S(X) est l'écart-type de X

L'erreur de X en pourcentage (PE) correspondra à:

$$PE(X) = CV(X) \times 100 \%.$$

Par exemple, le coefficient de variation d'une estimation X = \$8,000,000 où l'écart-type S(X) atteint \$400,000 correspond à .05; si l'on suppose une distribution normale, on peut affirmer qu'il existe une probabilité d'environ 68% que l'estimation de \$8,000,000 comporte un pourcentage réel d'erreur inférieur à 5%.

TEXT TABLE I.

Measures of Reliability, by Kind of Business and by Region, December 1989
Preliminary, November 1989 Revised

No		Response rate			
		Taux de réponse			
		Chain stores		Independent stores	
		Magasins à succursales		Magasins indépendants	
		Preliminary estimate	Revised estimate	Preliminary estimate	Revised estimate
		Estimation préliminaire	Estimation révisée	Estimation préliminaire	Estimation révisée
per cent - pourcentage					
Kind of business:					
1	Combination stores (groceries and meat)	69.3	87.7	68.7	75.3
2	Grocery, confectionery and sundries stores	84.4	92.2	54.5	61.4
3	All other food stores	80.5	96.1	49.9	58.1
4	Department stores	98.9	98.9	-	-
5	General merchandise stores	73.8	98.5	58.6	64.8
6	General stores	84.2	89.5	65.4	72.8
7	Variety stores	86.4	96.6	65.5	66.4
8	Motor vehicle dealers	83.3	83.3	70.4	79.9
9	Used car dealers	-	-	53.2	63.1
10	Service stations	58.6	68.6	60.7	67.8
11	Garages	100.0	100.0	63.8	69.2
12	Automotive parts and accessories stores	15.8	31.6	72.2	79.2
13	Men's clothing stores	73.6	86.8	66.2	73.5
14	Women's clothing stores	76.6	82.9	58.1	64.4
15	Family clothing stores	82.2	85.2	64.6	71.4
16	Specialty shoe stores	92.4	97.5	67.6	73.5
17	Family shoe stores	81.8	93.1	71.8	79.3
18	Hardware stores	62.5	100.0	72.7	76.9
19	Household furniture stores	68.5	72.2	64.4	69.1
20	Household appliance stores	64.7	64.7	61.8	69.1
21	Furniture, TV, radio and appliance stores	97.7	97.7	72.7	81.8
22	Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores	72.3	81.5	70.8	76.2
23	Book and stationery stores	83.0	84.0	65.1	72.1
24	Florists	87.5	93.7	62.2	67.5
25	Jewellery stores	81.4	89.0	65.7	69.1
26	Sporting goods and accessories stores	77.9	79.4	66.4	71.2
27	Personal accessories stores	72.4	83.2	65.9	69.9
28	All other stores	74.2	76.8	60.5	67.9
29	TOTAL, ALL STORES	76.8	83.8	63.5	70.4
Regions and selected metropolitan areas					
30	Newfoundland	82.5	88.3	60.9	69.0
31	Prince Edward Island	77.8	93.3	61.0	66.4
32	Nova Scotia	83.5	91.1	63.1	69.2
33	New Brunswick	80.6	87.5	64.5	71.2
34	Québec	76.0	83.4	69.3	76.2
35	Ontario	74.1	80.5	62.1	69.4
36	Manitoba	78.2	86.2	61.8	67.4
37	Saskatchewan	77.1	86.7	62.5	68.8
38	Alberta	77.3	82.7	57.4	66.0
39	British Columbia	76.6	83.1	64.2	70.0
40	Yukon and Northwest Territories	85.7	100.0	49.2	59.8
41	Montréal	75.1	83.8	64.3	72.5
42	Toronto	72.3	78.1	57.4	66.7
43	Winnipeg	76.8	82.0	61.0	66.5
44	Vancouver	77.8	83.3	63.1	69.2

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, selon le genre de commerce et la région, décembre 1989 préliminaire, novembre 1989 révisé

Response fraction Fraction de réponse				Coefficient of variation, preliminary estimate		
Chain stores Magasins à succursales		Independent stores Magasins indépendants		Coefficient de variation, estimation préliminaire		
Preliminary estimate	Revised estimate	Preliminary estimate	Revised estimate			
Estimation préliminaire	Estimation révisée	Estimation préliminaire	Estimation révisée			
per cent - pourcentage						
Genre de commerce:						
86.0	95.3	76.1	83.0	.018	Épiceries - Boucheries	1
80.4	98.6	58.6	65.0	.067	Épiceries, confiseries et articles divers	2
92.9	97.7	55.9	69.2	.135	Tous les autres magasins d'aliments	3
100.0	100.0	-	-	-	Grands magasins	4
95.7	100.0	79.3	80.7	.048	Magasins de marchandises diverses	5
95.3	96.7	65.3	71.9	.031	Magasins généraux	6
82.4	99.2	75.5	78.3	.004	Bazars	7
90.1	87.5	74.6	85.2	.016	Concessionnaires d'automobiles	8
-	-	55.3	64.9	.043	Vendeurs d'automobiles d'occasion	9
75.6	75.1	64.7	71.6	.059	Stations-service	10
100.0	100.0	75.3	78.3	.037	Garages	11
45.8	64.2	81.3	86.4	.059	Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles	12
78.6	95.7	78.7	82.8	.005	Magasins de vêtements pour hommes	13
85.0	88.2	62.2	72.7	.014	Magasins de vêtements pour dames	14
88.1	89.7	69.4	82.4	.009	Magasins de vêtements pour la famille	15
92.4	98.5	68.4	73.8	.040	Magasins de chaussures spécialisées	16
86.2	94.8	67.9	76.3	.044	Magasins de chaussures pour la famille	17
88.4	100.0	79.9	86.1	.013	Quincailleries	18
87.5	88.7	75.6	81.8	.029	Magasins de meubles	19
67.2	68.7	64.7	80.9	.027	Magasins d'appareils ménagers	20
99.5	99.5	80.3	90.8	.030	Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires	21
58.9	66.5	78.2	81.5	.007	Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté	22
66.8	72.5	73.2	81.3	.046	Librairies et papeteries	23
90.7	97.2	67.4	72.7	.104	Fleuristes	24
94.8	98.2	76.5	78.2	.057	Bijouteries	25
73.8	70.1	71.6	78.3	.095	Magasins d'articles de sport et d'accessoires	26
84.5	89.1	78.2	81.4	-	Magasins d'accessoires personnels	27
93.3	91.9	66.7	75.3	...	Tous les autres magasins	28
89.3	93.3	71.6	79.8	.024	TOTAL, ENSEMBLE DES MAGASINS	29
Régions et certaines zones métropolitaines						
91.0	94.2	68.8	74.7	.024	Terre-Neuve	30
94.1	97.9	70.6	78.1	.021	Île-du-Prince-Édouard	31
94.4	97.9	69.5	77.7	.038	Nouvelle-Écosse	32
95.7	98.2	73.8	78.2	.034	Nouveau-Brunswick	33
89.6	91.4	74.2	82.6	.020	Québec	34
89.4	91.6	70.7	79.4	.010	Ontario	35
93.8	97.2	70.3	78.5	.015	Manitoba	36
93.5	96.7	71.4	78.1	.022	Saskatchewan	37
92.3	94.5	69.2	78.2	.011	Alberta	38
81.0	95.0	71.0	78.3	.021	Colombie-Britannique	39
98.6	100.0	64.3	68.0	.038	Yukon et Territoires du Nord-Ouest	40
90.4	91.5	70.0	80.3	.028	Montréal	41
89.2	89.8	64.1	76.1	.015	Toronto	42
93.7	96.6	69.7	77.6	.016	Winnipeg	43
84.1	95.2	71.7	77.5	.019	Vancouver	44

Non-sampling Error Measures

The exact population value is aimed at or desired by both a sample survey as well as a census. We say the estimate is **accurate** if it is near this value. Although this value is desired, we cannot assume that the exact value of every unit in the population or sample can be obtained and processed without error. Any difference between the expected value and the exact population value is termed the **bias**. Systematic biases in the data cannot be measured by the probability measures of sampling error as previously described. The accuracy of a survey estimate is determined by the joint effect of sampling and non-sampling errors.

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors two response measures are given in Text Table I. The **response rate** is a measure of the proportion of those sample units which have responded in time for inclusion in the estimates. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the sales estimate which is based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered since the response fraction is more representative of the situation.

Erreur non liée à l'échantillonnage

L'enquête par échantillonnage et le recensement cherchent tous deux à déterminer la valeur exacte de l'ensemble. L'estimation est dite **précise** si elle se rapproche de cette valeur. Bien qu'il s'agisse d'une valeur souhaitable, il n'est pas réaliste de supposer que la valeur exacte de chaque unité de l'ensemble ou de l'échantillon peut être obtenue et traitée sans erreur. La différence entre la valeur probable et la valeur exacte de l'ensemble s'appelle le **biais**. On ne peut calculer les biais systématiques des données en recourant aux mesures de probabilité de l'erreur d'échantillonnage décrites plus haut. La précision d'une estimation est déterminée par l'effet conjugué des erreurs d'échantillonnage et des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Une source d'erreur non liées à l'échantillonnage, est l'erreur dû à la non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse afin d'aider l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** est la proportion des unités de l'échantillon qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans l'estimation. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion de l'estimation de l'échantillon qui est fondée sur des données déclarées. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant un échantillon de 20 unités dont cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25%. Cependant, si les cinq unités déclarantes représentent \$8 millions sur l'estimation globale de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80%. Dans un tel cas, le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation; il faudrait donc tenir compte des deux unités de mesure, puisque la fraction de réponse est la plus représentative de la situation.

Appendix VI

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."⁵ In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal variations and the irregular fluctuations. These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a significant impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method⁶ to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of estimated raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily a ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times (see Table 27). These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, executed every month. This permits the updating each month of the reference series from which are derived the final estimations of the seasonal factors with the current month's unadjusted data as well as the previous month's revised unadjusted data.

⁵ "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," *Canada Statistical Review*, August 1974.

⁶ For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

Appendice VI

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"⁵. L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI⁶ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter les estimations d'une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et rétrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressif à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle, et estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises (voir tableau 27). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales sont exécutées à chaque mois. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles qui se réfèrent au mois courant et aux données révisées du mois précédent.

⁵ La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, août 1974.

⁶ Pour de plus amples informations voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, n° 12-564F au catalogue, hors série.

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, users should examine several months of the seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided (see Table 27). The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percentage change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly, small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness whatever the size of the irregular component in the original series.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 28 individually seasonally adjusted kinds of business. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".⁷ Also in March 1984, the **end-point seasonal adjustment** method was adopted. For the period March 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to March 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

Constant Dollar Seasonally Adjusted Estimates⁸

Commencing with the March 1986 issue, seasonally adjusted constant dollar estimates, as shown in Table 28, are obtained by deflating the current dollar seasonally adjusted data by an implicit price index supplied by the Income and Expenditure Accounts Division. Up to February 1986 issue, the total constant dollar seasonally adjusted estimates were derived by employing the direct seasonal adjustment method.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC (voir tableau 27). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC, tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Depuis mars 1984, le total désaisonnalisé au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 28 genres de commerce désaisonnalisés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada⁷. De plus, la **désaisonnalisation interpolative** a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mars 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mars 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

Estimations désaisonnalisées en dollars constants⁸

Depuis mars 1986, les estimations désaisonnalisées en dollars constants, données au tableau 28, sont obtenues en dégonflant les données désaisonnalisées en dollars courants au moyen d'un indice implicite de prix fourni par la Division des comptes des revenus et des dépenses. Jusqu'à l'édition de février 1986, les estimations totales désaisonnalisées en dollars constants étaient obtenues par l'emploi de la méthode de désaisonnalisation directe.

⁷ Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): *The problem of Aggregation; Direct or Indirect*, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

⁸ See appendix VII on constant dollars estimates.

⁷ Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): *Aggrégation directe ou indirecte*, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistiques Canada.

⁸ Consulter l'appendice VII, sur les estimations en dollars constants.

Revision Procedures

Due to the fact that statistical surveys are subject to different types of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Retail Trade survey: **the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures.** In each case, revisions are both monthly and annual. In the first type of revision, monthly corrections apply only to the previous month, while in the second type, monthly corrections apply to the three previous months. In both cases, annual revisions relate to the previous year data. The monthly revisions for the current month (June for example) and the two previous months (April and May) are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

Number of Shopping Days

The number of shopping days that this report is based on, varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current report is based on.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days by Month

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux par mois

	1989		1988	
	Number of shopping days	Number of Saturdays	Number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	4	25	5
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	4	27	4
April - Avril	25	5	25	5
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	4	25	5
August - Août	27	4	27	4
September - Septembre	25	5	25	4
October - Octobre	25	4	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	25	5	26	5

Procédures de révision

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'explicitées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en découlant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur le commerce de détail: **les premières sont liées à la façon dont les données sont obtenues tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation.** Dans chacun des cas, ces révisions peuvent être mensuelles ou annuelles. Les révisions mensuelles du premier type ne se rapportent qu'aux seules données du mois précédent tandis que celles du second type se rapportent aux trois mois précédents. Dans les deux cas, les révisions annuelles ne se rattachent qu'aux seules données de l'année précédente. Dans le cas des révisions mensuelles qui se réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) et aux deux mois précédents (soit avril et mai), elles sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les résultats des révisions annuelles, lesquelles sont effectuées à la fin de l'année, sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

Nombre de jours commerciaux

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données présentées ici varie d'un mois à l'autre. Voir au tableau explicatif II le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basées les données.

Appendix VII

Constant Dollar Estimates

The value of retail trade is measured in two ways: including the effects of price change on sales and net of the effects of price change. The latter measure is also referred to as "retail trade in constant dollars". In theory, the method of calculation for the first of these two measures should be by aggregating the value of each commodity sold by each retail outlet. Likewise, the method to calculate the second measure should be to aggregate these same values making sure, however, that their price stayed the same as in some selected base period.

There are, however, no estimates of the current values of retail trade by commodity. Accordingly, some approximations are required and because of data limitations these are crude. They are calculated by adjusting the results of a 1974 retail commodity survey so that they are coherent with the commodity balances in the latest version of the input-output tables. These values are divided by the most appropriate price index taken from the CPI. These indexes have provincial sales taxes removed from them since by definition retail trade excludes these taxes. Total retail trade in constant dollars is obtained by adding up these constant dollar commodity values. The result, which is an approximate total sales in constant dollars, is divided into the current dollar estimate to yield an "implicit" price deflator.

Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.⁹ The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld for this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

⁹ See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

Appendice VII

Estimations en dollars constants

La valeur du commerce de détail se calcule de deux manières: soit en incluant, soit en excluant les effets de changement de prix sur les ventes. La première mesure s'appelle "commerce de détail en dollars courants" et la seconde "commerce de détail en dollars constants". En théorie, la méthode de calcul pour la première de ces deux mesures est la sommation de la valeur de chaque bien vendu par chaque point de ventes au détail. En contre-partie, la méthode de calcul pour la seconde mesure est la sommation de ses mêmes biens, mais tout en s'assurant que les prix utilisés se situent tous sur une même base de référence (ex: année 1981).

Il n'existe présentement, aucunes estimations des valeurs, en dollars courants, du commerce de détail par produits. Par conséquent, on utilise des approximations mais à cause des limitations des données, celles-ci sont brutes. Ces approximations sont calculées en ajustant les résultats de l'enquête des marchandises et biens du commerce de détail de 1974, pour les rendre cohérents avec les balances des produits de la plus récente version des tables d'intrants-extrants. Ces valeurs sont divisées par l'indice des prix le plus approprié, provenant de l'IPC. Ces indices n'incluent aucunes taxes provinciales car, par définition, le commerce de détail n'en tient pas compte. Donc la valeur totale du commerce de détail en dollars constants, est obtenue par l'addition des valeurs de tous les biens en dollars constants. Le résultat, qui est une approximation des ventes totales en dollars constants, est divisé par l'estimation en dollars courants, pour ainsi produire un indice implicite de dégonflement.

Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière⁹. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes, de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un "X" aux différents postes visés dans la publication.

⁹ Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information **from selected regions** (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential form. For example, in Tables 30 and 31, retail sales for Yukon and Northwest Territories were broken into five kinds of business **groups** only, as compared to the twenty-eight kinds of business for the other regions.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) **pour certaines régions** (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agréger les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple, dans les tableaux 30 et 31, les ventes au détail pour le Yukon et les Territoires-du-Nord-Ouest sont ventilées en cinq **groupes** de genres de commerce seulement, comparativement à vingt-huit genres de commerce dans le cas des autres régions.

Ainsi par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

Appendix VIII

Kind of Business Composition Used in Tables 1 to 27

1. **Combination stores.** Combination stores (groceries with 20% or more fresh meat).
2. **Grocery, confectionery and sundries stores.** Grocery, confectionery and sundries stores; grocery stores (with 20% or less fresh meat).
3. **All other food stores.** Bakery products stores; confectionery and nut stores; dairy products stores; egg and poultry stores; fruit and vegetable stores; meat markets; fish markets; delicatessen stores; other food stores.
4. **Department stores.** Department stores including concessions located in department store outlets which are an integral part of the overall operation. (**Note:** This kind of business **excludes** non-department store outlets operated by department store firms, as well as department store mail-order and catalogue sales offices.)
5. **General merchandise stores.** General merchandise stores (less than one-third food); and department store mail order and catalogue sales offices.
6. **General stores.** General stores (more than one-third food).
7. **Variety stores.** Variety stores.
8. **Motor vehicle dealers.** Motor vehicle dealers (new and used or new only).
9. **Used car dealers.** Used car dealers (used cars and trucks or used cars only).
10. **Service stations.** Service stations.
11. **Garages.** Garages.
12. **Automotive parts and accessories stores.** Tire, battery and accessories stores; home and auto supply stores.
13. **Men's clothing stores.** Men's and boys' clothing stores; men's and boys' furnishings stores; men's and boys' hat stores; custom tailors (made to measure shops).

Appendice VIII

Composition par genre de commerce utilisé dans les tableaux 1 à 27

1. **Épiceries-boucheries.** Épiceries-boucheries (épiceries avec 20% ou plus de viande fraîche).
2. **Épiceries, confiseries et articles divers.** Épiceries, confiseries et magasins d'articles divers; épiceries (avec 20% ou moins de viande fraîche).
3. **Tous les autres magasins d'aliments.** Magasins de produits de boulangerie; magasins de bonbons, de noix et confiseries; laiteries; magasins d'oeufs et de volailles; magasins de fruits et légumes; boucheries; poissonneries; magasins d'aliments fins (**delicatessen**); autres magasins d'alimentation.
4. **Grands magasins.** Grands magasins y compris les filiales situées dans les points de vente des grands magasins qui font partie intégrale de l'exploitation. (**Nota: Sont exclus** les points de vente autres que ceux des grands magasins, qui sont exploités par les sociétés propriétaires de grands magasins, ainsi que les bureaux de vente par commande postale et par catalogue des grands magasins.)
5. **Magasins de marchandises diverses.** Magasins de marchandises diverses (moins du tiers du stock en aliments); et les bureaux de vente par commande postale et par catalogue des grands magasins.
6. **Magasins généraux.** Magasins généraux (plus du tiers du stocks en aliments).
7. **Bazars.** Bazars.
8. **Concessionnaires d'automobiles.** Vendeurs d'automobiles (neuves et d'occasion ou neuves seulement).
9. **Vendeurs d'automobiles d'occasion.** Vendeurs d'automobiles d'occasion (automobiles et camions d'occasion ou automobiles d'occasion seulement).
10. **Stations-service.** Stations-service.
11. **Garages.** Garages.
12. **Magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles.** Magasins de pneus, d'accumulateurs et d'accessoires; magasins de fournitures pour la maison et l'automobile.
13. **Magasins de vêtements pour hommes.** Magasins de vêtements pour hommes et garçons; magasins d'accessoires vestimentaires pour hommes et garçons; chapelleries pour hommes et garçons; tailleurs (ateliers de confection sur place de vêtements sur mesure).

14. **Women's clothing stores.** Women's and misses' ready-to-wear stores; women's and misses' lingerie and hosiery stores; accessories and other apparel stores.
15. **Family clothing stores.** Family clothing and furnishing stores.
16. **Specialty shoe stores.** Men's and boys' shoe stores; women's and misses' shoe stores; children's and infants' shoe stores.
17. **Family shoe stores.** Family shoe stores.
18. **Hardware stores.** Hardware stores.
19. **Household furniture stores.** Furniture stores.
20. **Household appliance stores.** Household appliance stores; electrical supply stores.
21. **Furniture, television, radio and appliance stores.** Furniture, television, radio and appliance stores.
22. **Pharmacies, patent medicine and cosmetics stores.** Drugstores including proprietary stores.
23. **Book and stationery stores.** Book and stationery stores.
24. **Florists.** Florists.
25. **Jewellery stores.** Jewellery stores.
26. **Sporting goods and accessories stores.** Sporting goods stores; boats, outboard motors and boating accessories; bicycle and bicycle repair shops; motorcycle dealers.
27. **Personal accessories stores.** Tobacco stores and stands; news dealers, gift novelty and souvenir shops; camera and photographic supply stores; luggage and leather goods stores; toy and hobby shops.
28. **All other stores:**
Other automotive businesses. Paint and body shops; other specialty repair shops; car washes; other automotive businesses, n.e.c.

14. **Magasins de vêtements pour dames.** Magasins de vêtements prêts-à-porter pour dames et jeunes filles; magasins de lingerie et bonneteries pour dames et jeunes filles; magasins d'accessoires et autres vêtements.
15. **Magasins de vêtements pour la famille.** Magasins de vêtements et d'accessoires vestimentaires pour la famille.
16. **Magasins spécialisés de chaussures.** Magasins de chaussures pour hommes et garçons; magasins de chaussures pour dames et jeunes filles; magasins de chaussures pour enfants et bébés.
17. **Magasins de chaussures pour la famille.** Magasins de chaussures pour la famille.
18. **Quincailleries.** Quincailleries.
19. **Magasins de meubles ménagers.** Magasins de meubles.
20. **Magasins d'appareils ménagers.** Magasins d'appareils ménagers; magasins de fournitures électriques.
21. **Magasins de meubles, téléviseurs, radios et accessoires.** Magasins de meubles, de téléviseurs, de radios et d'appareils ménagers.
22. **Pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté.** Drogueries, y compris magasins de spécialités pharmaceutiques.
23. **Librairies et papeteries.** Librairies-papeteries.
24. **Fleuristes.** Fleuristes.
25. **Bijouteries.** Bijouteries.
26. **Magasins d'articles de sport et d'accessoires.** Magasins d'articles de sport; embarcations, moteurs hors-bord et accessoires connexes; magasins de bicyclettes et ateliers de réparation; vendeurs de motocyclettes.
27. **Magasins d'accessoires personnels.** Magasins et kiosques et tabac; marchands de journaux et de périodiques; magasins de cadeaux, de nouveautés et de souvenirs; magasins d'appareils et de fournitures photographiques; magasins de sacs de voyage, valises, malles, mallettes et de maroquinerie; magasins de jouets et de jeux.
28. **Tous les autres magasins:**
Autres commerces d'automobiles. Ateliers de peinture et de débosselage; autres ateliers de réparation spécialisés; lavage d'automobiles; autres commerces d'automobiles, n.c.a.

Other apparel and accessories stores.

Millinery stores; furriers and fur stores; children's and infants' wear stores; secondhand clothing stores; piece goods stores; wool shops; other apparel and accessories stores, n.e.c.

Other home furnishings stores. Paint, glass and wallpaper stores; television sales and service shops; television, radio and hi-fi stores; china, glassware and kitchenware stores; floor coverings, curtains, upholstery and interior decoration stores; linen stores; picture and picture framing stores; antique stores; secondhand furniture stores; piano and organ stores; record bars; other home furnishings stores, n.e.c.

Radio, television and electrical appliance repair shops. Television and radio repair shops; household appliance repair shops.

Jewellery repair shops. Jewellery repair shops.

Alcoholic beverage stores. Government liquor stores; retail beer stores; retail wine stores.

Miscellaneous stores. Music stores; opticians; health appliance stores; monument and tombstone dealers; pet shops; religious goods dealers; artists' supply stores; art galleries; coin and stamp dealers; mobile home dealers; pawn shops; ice dealers; all other retail stores, n.e.c.

Autres magasins de vêtements et accessoires.

Magasins de chapeaux; fourreurs ou magasins de fourrures; magasins de vêtements pour enfants et bébés; magasins de vêtements usagés; magasins de marchandises à la pièce; magasins de laines; autres magasins de vêtements, n.c.a.

Autres magasins d'articles d'ameublement. Magasins de peinture, vitre et papier tenture; magasins de vente et réparation de téléviseurs; magasins de téléviseurs, radios et appareils de haute fidélité; magasins de vaisselle, verrerie et ustensiles de cuisine; magasins de revêtements de sol; magasins de rideaux, capitonnage et décoration intérieure; magasins de toilerie; magasins de tableaux et cadres; magasins d'antiquités; magasins de meubles d'occasion; magasins de pianos et orgues; comptoirs de disques; tous les autres fournitures de maison, n.c.a.

Ateliers de réparation de téléviseurs, de radios et d'appareils ménagers. Réparation de téléviseurs et radios; réparation d'appareils électro-ménagers.

Réparation de bijoux. Réparation de bijoux.

Magasins de boissons alcooliques. Spiritueux, magasins du gouvernement; détaillants de bière; détaillants de vin.

Magasins divers. Magasins de musique; opticiens; magasins d'appareils de la santé; marchands des monuments funéraires et pierres tombales; boutiques d'animaux; marchands d'objets de piété; magasins de fournitures pour artistes; galeries d'art; marchands de timbres et pièces de monnaie; marchands de maisons mobiles; bureaux de mont-de-piété; vendeurs de glace; tous les autres magasins de détail, n.c.a.

Appendix IX

Groupings of Kinds of Business Used in Table 30 and 31

1. **Food group.** Combination stores; grocery, confectionery and sundries stores; and all other food stores.
2. **General merchandise and apparel group.** Department stores; general merchandise stores; general stores; variety stores; men's clothing stores; women's clothing stores; family clothing stores; specialty shoe stores; and family shoe stores.
3. **Automobile dealers.** Motor vehicle dealers.
4. **Automotive group.** Used car dealers; service stations, garages; and automotive parts and accessories stores.
5. **Hardware, home furnishings and other retail stores group.** Hardware stores; household furniture stores; household appliance stores; furniture, television, radio and appliance stores; pharmacies, patent medicine and cosmetic stores; book and stationery stores; florists; jewellery stores; sporting goods and accessories stores; personal accessories stores; and all other stores.

Appendice IX

Groupes de genres de commerce utilisés dans le tableau 30 et 31

1. **Groupe des magasins d'alimentation.** Épiceries-boucheries; épiceries, confiseries et articles divers; et tous les autres magasins d'alimentation.
2. **Groupe des magasins de marchandises diverses et des magasins de vêtements.** Grands magasins; magasins de marchandises diverses; magasins généraux; bazars; magasins de vêtements pour hommes; magasins de vêtements pour dames; magasins de vêtements pour la famille; magasins spécialisés de chaussures; et magasins de chaussures pour la famille.
3. **Concessionnaires d'automobiles.** Concessionnaires d'automobiles.
4. **Groupe de l'automobile.** Vendeurs d'automobiles d'occasion; stations-service; garages; et magasins de pièces et d'accessoires d'automobiles.
5. **Groupe des quincailleries, des magasins de meuble et des autres magasins de détail.** Quincailleries; magasins de meubles ménagers; magasins d'appareils ménagers; magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires; pharmacies, médicaments brevetés et produits de beauté; librairies et papeteries; fleuristes; bijouteries; magasins d'articles de sport et d'accessoires; magasins d'accessoires personnels; et tous les autres magasins.

Selected Publications, Retail Trade

The following publications are produced by the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 36 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Department Store Sales by Region. Advance Release. M., Bil. 1 page. First Issue, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 104 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 36 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Retail Chain and Department Stores. A., Bil. Approx. 120 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0227-017X).
- 63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Market Research Handbook. A., Bil. 700 pages. First Issue, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Operating Results Series, Retail Trade. O., Bil. (First Issue, 1974):

Catalogue

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1983
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1983
- 63-608 Retail Florists, 1983
- 63-609 Retail Jewellery Stores, 1983
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980

Choix de publications, commerce de détail

Les publications suivantes sont produites par la section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).
- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M., Bil. 1 page. Premier numéro, 1950 (ISSN 0709-8650).
- 63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 104 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).
- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 36 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).
- 63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).
- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 120 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0227-017X).
- 63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).
- 63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).
- 63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).
- 63-224 Recueil statistique des études de marché. A., Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975 (ISSN 0590-9325).
- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S., Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0)

Série des Résultats d'exploitation, Commerce de détail. H.S., Bil. (Premier numéro, 1974):

Catalogue

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1983
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1983
- 63-608 Fleuristes détaillants, 1983
- 63-609 Bijouteries au détail, 1983
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980

Catalogue

63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A. - Annual Bil. - Bilingual
O. - Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$10.00, other countries \$11.50.

Catalogue

63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A. - Annuel Bil. - Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Nº 11-204F, prix Canada \$10.00, autres pays \$11.50.

ORDER FORM

Mail to:
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario, K1A 0T6

(Please print)

Company

Department

Attention

Address

City

Province

Postal Code

Tel.

Client Reference Number

METHOD OF PAYMENT

☐ Purchase Order Number (please enclose)

☐ Payment enclosed

\$

☐ Charge to my:

☐ MasterCard

☐ VISA

Account Number

Expiry Date

☐ Bill me later

Signature

Catalogue No.

Title

Quantity

Price

Total

Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada/Publications, in Canadian funds or equivalent.

PF
03551
06/89

For faster service

☎ 1-800-267-6677 ☎

VISA and MasterCard
Accounts

Français au verso

BON DE COMMANDE

Postez à :
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

(Lettres moulées s.v.p.)

Compagnie

Service

À l'attention de

Adresse

Ville

Province

Code postal

Tél.

Numéro de référence du client

MODE DE PAIEMENT

☐ Numéro de la commande (inclure s.v.p.)

☐ Paiement inclus

☐ Portez à mon compte :

☐ MasterCard

☐ VISA

N° de compte

Date d'expiration

☐ Facturez-moi plus tard

Signature

N° au catalogue

Titre

Quantité

Prix

Total

Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada - Publications, en dollars canadiens ou l'équivalent.

PF
03551
06/89

Pour un service
plus rapide, composez

☎ 1-800-267-6677 ☎

Comptes VISA
et MasterCard

English on Reverse

BON DE COMMANDE

Numéro de référence du client

Postez à :
Vente des publications
Statistique Canada
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

(Lettres moulées s.v.p.)

Compagnie

Service

À l'attention de

Adresse

Ville Province

Code postal Tél.

MODE DE PAIEMENT☐ Numéro de la commande (inclure s.v.p.)☐ Paiement inclus☐ Portez à mon compte :☐ MasterCard☐ VISA

N° de compte

Date d'expiration

☐ Facturez-moi plus tard

Signature

N° au catalogue

Titre

Quantité

Prix

Total

Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada - Publications, en dollars canadiens ou l'équivalent.

PF
03551
06/89Pour un service
plus rapide, composez

☎ 1-800-267-6677 ☎

Comptes VISA
et MasterCard

English on Reverse

ORDER FORM

Client Reference Number

Mail to:
Publication Sales
Statistics Canada
Ottawa, Ontario, K1A 0T6

(Please print)

Company

Department

Attention

Address

City Province

Postal Code Tél.

METHOD OF PAYMENT☐ Purchase Order Number (please enclose)☐ Payment enclosed☐ Charge to my:☐ MasterCard☐ VISA

Account Number

Expiry Date

☐ Bill me later

Signature

Catalogue No.

Title

Quantity

Price

Total

Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada/Publications, in Canadian funds or equivalent.

PF
03551
06/89

For faster service

☎ 1-800-267-6677 ☎

VISA and MasterCard
Accounts

Français au verso



What happened to the cost of living last month?

The Consumer Price Index will tell you.

Whether you negotiate wage settlements, administer COLA clauses in labour contracts, assess government policies or are involved in renewal contracts, child support or alimony payments, you need current and detailed information on changes in the cost of living.

Compiled monthly (and published within 20 days of the month's end), the **Consumer Price Index** gives you a precise account of the latest fluctuations in consumer prices.

This monthly publication covers:

- transportation
- health and personal care
- food
- recreation, reading and education
- clothing
- tobacco products and alcoholic beverages
- housing

Over 400 items, ranging from milk to parking, household furnishings to reading material, are included.

Price indexes are presented nationally and for 18 major Canadian cities. In each issue you receive month-to-month percentage comparisons and trends over the last five years. And each issue analyzes the main causes of changes.

Get the facts.

Subscribe to the **Consumer Price Index** (Catalogue No. 62-001) for the authoritative measure of the purchasing power of the Canadian consumer dollar. A subscription to this monthly is available for \$89 in Canada, and \$107 outside Canada.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.



Qu'en était-il du coût de la vie le mois dernier?

L'indice des prix à la consommation répond à votre question.

Que vous ayez à négocier des règlements salariaux, à administrer des clauses d'indemnité de vie chère ou à évaluer des politiques gouvernementales, que vous vous occupiez du renouvellement de contrats, de pensions alimentaires ou d'allocations d'entretien, vous avez besoin de données récentes et détaillées sur les fluctuations du coût de la vie.

Établi mensuellement, et publié dans les 20 jours suivant la fin de chaque mois, **L'indice des prix à la consommation** vous renseigne de façon précise sur les plus récentes fluctuations des prix à la consommation.

Cette publication mensuelle porte sur :

- l'alimentation
- l'habillement
- l'habitation
- le transport
- la santé et les soins personnels
- les loisirs, la lecture et la formation
- les produits du tabac et les boissons alcoolisées

Plus de 400 articles sont inclus, allant du lait au stationnement en passant par l'ameublement de maison et le matériel de lecture.

Les indices de prix sont donnés pour l'ensemble du pays et 18 principales villes canadiennes. Chaque numéro présente des comparaisons des pourcentages mois après mois et les tendances au cours des cinq dernières années. En outre, chaque numéro analyse les principales causes de changements.

Abonnez-vous !

L'indice des prix à la consommation (n° 62-001 au catalogue) vous permet d'obtenir une évaluation fiable du pouvoir d'achat du dollar canadien. L'abonnement à cette publication mensuelle coûte 89 \$ au Canada et 107 \$ à l'étranger.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

For faster service, using Visa or MasterCard, call toll-free,

Pour un service plus rapide, utilisez votre carte Visa ou MasterCard et composez sans frais le

1-800-267-6677

How long would it take you to get 10,000 price quotes from 3,500 companies?

A lot longer than it takes to open a copy of **Industry Price Indexes**. Subscribe now, for the most extensive data available on Canadian manufacturing selling prices.

Industry Price Indexes are indispensable if you need current, consistent and reliable reports on price fluctuations at the Canadian factory gate. Uses include preparing escalation contracts, inventory management, charting trends, forecasting price changes or compiling data to create your own index.

This monthly publication covers raw materials, energy and over 700 commodities by 20 major groups. Items listed range from fish fillets to industrial furnaces, cattle to crude oil. Most commodities are reported at the national level, but some are given on a regional basis.

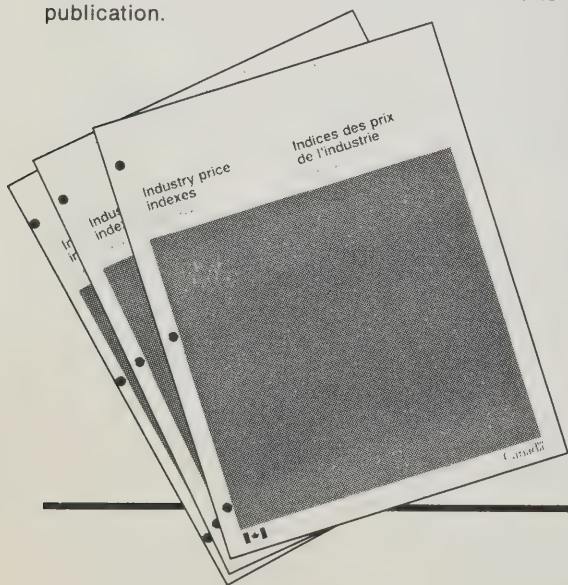
Each issue also provides a historical perspective, with tables of annual averages and monthly price indexes of commodities for the past five years.

As the only periodical of this scope and detail, **Industry Price Indexes** is the recognized authority on changes in the selling prices of Canadian manufactured goods.

Get the facts.

A subscription to the monthly **Industry Price Indexes** (Catalogue No. 62-011) is \$173 in Canada, and \$208 outside Canada.

To order, write Publication Sales, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.



Combien de temps vous faudrait-il pour obtenir 10 000 propositions de prix de 3 500 compagnies?

Beaucoup plus de temps qu'il n'en faut pour lire un exemplaire d'**Indices des prix de l'industrie**. Abonnez-vous dès maintenant afin d'avoir accès aux données les plus complètes possible sur les prix de vente des manufacturiers canadiens.

Indices des prix de l'industrie est indispensable si vous avez besoin de rapports à jour, uniformes et fiables au sujet des fluctuations des prix à la production au Canada. Ces indices peuvent servir notamment à préparer des contrats d'indexation, à gérer des stocks, à suivre des tendances au moyen de graphiques, à prévoir des fluctuations de prix ou à compiler des données pour concevoir votre propre indice.

Cette publication mensuelle porte sur les matières premières, l'énergie et plus de 700 produits classés dans 20 grandes catégories. Les articles répertoriés vont des filets de poisson aux fours industriels en passant par les bovins et le pétrole brut. Pour la plupart des produits, les statistiques ont une portée nationale; toutefois, pour certains, elles revêtent un caractère régional.

Chaque numéro donne également une perspective historique; des tableaux indiquent les moyennes annuelles et les indices des prix mensuels des produits au cours des cinq dernières années.

Indices des prix de l'industrie est le seul périodique aussi complet et détaillé. Il fait autorité en ce qui touche les fluctuations des prix de vente des marchandises fabriquées au Canada.

Abonnez-vous !

L'abonnement au mensuel **Indices des prix de l'industrie** (n° 62-011 au catalogue) coûte 173 \$ au Canada et 208 \$ à l'étranger.

Pour commander, veuillez écrire à Vente des publications, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste figurant dans la présente publication).

For faster service, using
Visa or MasterCard, call
toll-free,

Pour un service plus rapide, utilisez
votre carte Visa ou MasterCard
et composez sans frais le

1-800-267-6677

3520

JUL 5 1990

